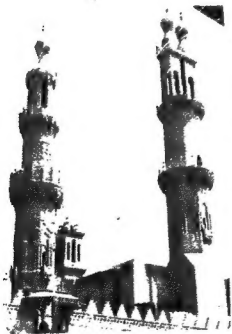


# السياحة





التراث والعلوم الإسلامية لكل الشعب

تمسدد عن مؤسسة

**دار الشعب**

للصحافة والطباعة والنشر

رئيس مجلس الإدارة

ومدير عام التحرير

**أحمد شوقي القيعي**

رئيس التحرير

**أنور زعلوك**

الإدارة: ٩٢ شارع قصر العيني - القاهرة

ت. ٠١٠٠ ٢٥٥١١١٨ / ٢٥٥١٣١٠ / ٢٥٥١٥٩٩

تلكس دوى: ٢٥٧٤

سُفُظِل القاهرة .. دَا مَنَا قَلْبَ العروبة والإسلام  
النايَض .. تَتَبَوُا مَكَانَهَا السَّارِيخِيَّةَ والحَضَارِيَّةَ ..  
فِي عَالَمِ الفِكر والثقافة والنشر !!



الإشراف الفني :

م. محمد أبو ليلة

حسن أحمد خليل

سكرتارية التحرير :

شروت الشعر اوى

أنور عبد الدايم

محمد يوسف السيد



دكتور صلاح الدين عبد الوهاب

# تخطيط الموارد السياسية

فاصل

١٤٠٩ هـ

١٩٨٨ م



## الإهداء

الى زوجتى التى حملت رسالة الحياة ومشعل  
العلمية والموضوعية دون تردد ورغم ما واجهنا  
من صعاب •

الى رجال السياحة فى مصر روادا ومسؤولين  
واساتذة وعاملين •

الى كل من يعمل بجد وامانة واخلص لتنمية  
السياحة فى مصر •

الى طلبتى بكليات السياحة والفنادق فى  
مصر والخارج •

والى كل من يجد فى هذا الكتاب ما ينتفع به •

د. صلاح الدين عبدالوهاب



بسم الله الرحمن الرحيم

## مقدمة الكتاب

ترددت كثيرا قبل أن اخط بالقلم أول خط في هذا الكتاب . ذلك اننى اعلم جسامه عبء معالجة موضوع التخطيط السياحى وقد قمت بتدريسه فى الجامعات الامريكية لعدة سنوات ومأرسته عمليا داخل مصر وثناء على بالام المتحدة سنوات عديدة .

وكان كلما جلست لاكتب تسارعت الافكار امام قلمى وتزاحمت حتى تسد الطريق عليه فيقف . وجوانب الموضوع كالبحر السلاطم الامواج لا حدود له ولا يستطيع الانسان ان يملك نفسه من ان يهاب النزول فيه . وفضلا عن ذلك فان علم التخطيط السياحى علم جديد تتكامل فيه علوم اخرى كثيرة فكانه رغم حدانته عملاق يغشاه كل من يقترب منه .

— واخيرا فان التخطيط السياحى يشهد تخطيط العرض السياحى بما فيه من موارد طبيعية وحضرارية وبيئية واجتماعية واقتصادية ، وكذلك مقومات صناعة السياحة ذاتها من صناعه نقل وصناعة فنادق وصناعة الطعام واللاهى ونشاطات شركات السياحة ... الخ ، فضلا عن اشتماله لتخطيط الطلب السياحى او العمل على تخطيط الطلب عن طريق مجهودات التسويق السياحى / فالتنمية السياحية لها مداول شاملة لكل ذلك ولا يتصور قصرها على عنصر دون الآخر . لذلك فقد اطلقت على هذا الكتاب اسم تخطيط الموارد السياحية متضمنا ... تخطيط الموارد الطبيعية والحضرارية وبرامج التنمية السياحية الاخرى بمنهجية عملية تبدأ بنظرية التخطيط ونظرية النمو الاقتصادى والتنمية الاقتصادية وشرح مضمون التخطيط السياحى واسسه ثم مراطحه واتجاهاته فى القسم الاول . وكان

لابد بعد ذلك من التعرض لتطبيقات التخطيط السياحي في مصر فشملت التنمية السياحية في مصر ومواجهة معوقاتها ثم السياسة السياحية الشاملة لمصر ثم اقامة جسور الصداقة بين السياسة السياحية واستراتيجيات التنمية والتخطيط، والتفاعل بين تخطيط التنمية السياحية والبيئة ضاربا المثل بالخطط الخمسية للتنمية السياحية في مصر . وكان ذلك قوام القسم الثانى من الكتاب .

ويتناول القسم الثالث فنية التخطيط السياحي من وضع الاهداف العامة والمحددة الى البحوث ودورها في عملية التخطيط الى جمع شتات المعلومات والبيانات في خلاصة ذات معنى ثم وضع التصور العام للتخطيط وتنتهى باصدار التوصيات التخطيطية . ويضم هذا القسم كذلك تفاصيل التخطيط الطبعى والتخطيط الاقليمى وتخطيط المراكز او المنتجعات السياحية .

وآخرى يضم القسم الرابع من الكتاب بعض نماذج التخطيط السياحي الشامل والاقليمى في العالم المعاصر ومصر فشمل فرنسا ويوغوسلافيا ومصر .

والله وحده اسال ان اكون قد وفقت في هذا الكتاب الذى يتعرض للتخطيط السياحي من حيث كونه اداة ترشيد عامة للتنمية السياحية على مستوى الدولة او الاقليم او المنطقة .

اما مشروعات التنمية السياحية فارجو ان اوفق في معالجة تخطيطها في كتاب آخر يتلو هذا الكتاب مباشرة ان شاء الله .

فمصر احوج ما تكون في حاضرها ومستقبلها الى العمل العلمى المنظم ولا خلاف في ان السياحة تستطيع ان تمد مصر باداة رئيسية من ادوات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ان احسن تخطيطها وتنفيذ هذا التخطيط بأسلوب علمى يقوم به ذوو الخبرة والتجربة الحقيقية في هذا المجال لا مدعوها .

وعلى الله قصد السبيل .

دكتور : صلاح الدين عبد الوهاب



القسم  
الأول

□ الإطّار  
العَام  
للتخطيط  
السّيّاحي



# الباب الأول

## نحو نظرية عامة للتخطيط

الموقف الحالي وموجه العقل

ان الحاجة الى التخطيط تقوم بوجه عام على دعامتين رئيسيتين : -

الاولى : تحليل الموقف الحالي بصفة عامة الذي نجد انفسنا فيه محاطين بوقائع واحداث هامة وخطيرة ومقلقة لا نستطيع تفسير ديناميكتها الذاتية ولا نتائجها النشطة دون خلق نظام واطار منطقي يمكن ان يحتويها ولا شك ان غياب مثل هذا الاطار يجبر كثيرا من الناس على محاولة التصدي لهذه الوقائع والاحداث بصورة تلقائية اى حلها طبقا لمنطق رد الفعل الذي ينطوي في واقع الامر على ايجاد الحلول الحالية وفقا لاسلوب تخطيطي يضم اجزاء لا يجمع بين بعضها والبعض اى رباط عضوي او منطقي يفسر بطريقة متماسكة تلك الحلول التي تصد بها مجرد مواجهة المشاكل والاحداث .

الثانية : "الوجب العقلي intellectual imperative وهو تلك الخصيصة الذاتية للتفكير العقلي المتزن التي توجب خلق الافكار المعبرة عن تصورات ومعتقدات رشيدة يجمع بينها رباط منظم وتنقلب به من مجرد تصورات الى معقولات نظرا لاتصالها بأشكال من القواعد السائدة والتي تجعل من عملية الترشيح ضرورة عقلية ومشروعة . وهذه هي ارادة التغيير .

ولعل السبب الرئيسي في اخفاق القواعد والقيم السائدة في بعض المجتمعات عن ان تستمر سياستها وحكمها لسلوكيات وتصرفات الأشخاص هو سرعة وضخامة التغيرات الطارئة على المجتمع وهي تغيرات شديدة اقتصادية وسياسية تولد آثارا اجتماعية ونفسية تتحدى القواعد والقيم الموروثة السائدة فتزيجها من الطريق وينحسر سلطانها نتيجة رغبة الأشخاص في الأخذ بالاسهل والتسليم بالواقع . وهنا تقع مواطن الخطر التي تهدد الانسان وتعيده تدريجيا الى الوراء بالنسبة لتجاربه المكتسبة والموروثة عبر قرون عديدة من الزمان سواء بالنسبة للخبرة او القيم او السلوكيات . ولا شك ان للافكار الماركسية اثرا كبيرا في ذلك لانها تحد لتلك القيم ودفع لتلك السلوكيات التي كان للاديان شأن كبير في

تشكيلها . وتعمل هذه الاحداث كلها على مسرح الحياة وفقا لقانون السبب والنتيجة .

**والتخطيط** هو نظام مستحدث في خبرة الانسان ولا يزال علما في دوره الابتدائي رغم كل الابحاث والمؤلفات التي ظهرت فيه . ويرتبط التخطيط ارتباطا وثيقا بنظرية النظم وهى ايضا نظرية حديثة نوعا ما ولا تزال تحتاج الى كثير من البحث والتعميق . وكان النظام System محل اجتهادات كثيرة من العلماء لوضع تعريف مقبول له ابتداء .

وقد وضع كل من هول وفيجان تعريفا للنظام بأنه « مجموعة الأشياء والعلاقات التي تربط بين هذه الأشياء وخصائصها » .

ويرى بعض علماء النفس ان النظام هو مجموعة العناصر المصعدة المعرفة التي ترتبط وتتساند فيما بين بعضها البعض بشكل ما والتي تستمر في العمل معا طبقا لقوانين معينة وبطريقة ما بحيث تنتج اثرا كاملا ملحوظا .

وبمعنى آخر فان النظام هو كل ما يتعلق بنشاط معين محتفظا بنوع من التكامل والوحدة بين عناصره . والنظام المعين يختلف عن النظم الأخرى والتي قد يكون بينها رباط ديناميكي ، وقد يكون نظاما مركبا من عدة أنظمة فرعية مرتبطة ومتفاعلة كل منها يمكن ملاحظة استقلاله في العمل ولكن بصورة أقل من استقلالية وتكامل النظام الكامل .

**والتفسير** الذي يهدف التخطيط الى إحداثه في النظام القائم للأشياء يجب النظر اليه في اطار هذا التركيب المعقد المتدرج الذي يتراوح بين اسهل الوحدات والأشياء الى مجموعات أكبر وأكبر من الكيانات والعناصر والخصائص الى أن نصل الى ما يمكن تسميته بالنظم الحركية المعقدة .

**وهذا هو جوهر نظرية التخطيط الماى** الذى يقوم على سؤال هام وهو لماذا نقوم بهذه العملية المعقدة ؟ والاجابة على السؤال تكمن في عبارة ظاهرها سهل يسير وحقيقتها معقدة تماما وهى لكى نحدث التغيير المنشود .

فالتخطيط هو ان نحدث تغييرا مقصودا مسبقا في الشيء او الموقف الراهن او هو التصميم العقلى المسبق للشيء بحيث تترتب النتائج المتصورة مسبقا تكل عليه قبل برمجة العمل .

**وهذا التسبب والتصور العقلى لفكرة التخطيط يوجب وضع الفروض الآتية :**

- ١ - التخطيط هو أن تقوم بعمل على شيء
- ٢ - التخطيط هو أن تقوم بعمل ما على شيء لفرص معين .
- ٣ - التخطيط هو أن تقوم بعمل ما على شيء بفرض أحداث تغيير في هذا الشيء
- ٤ - التخطيط هو تعريف الفرض من التغيير الذى يقصد إلى أحداثه فى الشيء
- ٥ - التخطيط هو تصميم الأعمال التى من شأنها أحداث تغيير فى الشيء بشكل محدد سلفا .

**وهذه الفروض يمكن اختبارها وتحقيقها بأن نسال انفسنا الا يعتبر تخطيطا ان نعمل بصورة تضمن ان الشيء لا يتغير بل يبقى كما هو بحالته تماما ؟**

ظاهر ان الاجابة على هذا السؤال ليست من السهولة فى شيء . فاختيار عدم القيام بعمل ما على شيء هو موقف سلبي لا يمكن ان يوصف بأنه تخطيط الا فى حالتين :-

**الاولى :** حين يكون الاختيار بترك الشيء على حاله الآن بقصد مباشرة العمل فى المستقبل .

**الثانية :** حين يكون الاختيار بترك الشيء على حاله مقصودا به ان حالة الشيء الراهنة تتفق تماما مع ما يعتقد من أنه الموقف الذى يجب أن يكون . بل العمل التخطيطى هنا هو تحدى التغييرات بابقاء الحال على ما هو عليه .

**وهاتان الحالتان هما متغيران للفرض الرابع السابق وردده ضمن الفروض الخمسة .** ولعل مصدر صعوبة الاجابة على هذا السؤال تكمن فيما يعتقده الانسان من ان عجلة التقدم نحو الرخاء تفترض العمل على تحسين الاوضاع القائمة وعدم الوقوف عند الحاضر بشكل يصبح فيه التقدم المدعى بـ قوة حية ديناميكية تدفع كل شيء فى طريقها ، وبصبح التخطيط بذلك صنوا لتغيير الوضع القائم . وظاهر خطأ هذه الفكرة ؛ لأن النمو أو التقدم قد يكون ضارا كما يكون نافعا . وضرره انه يؤدي الى التهام الموارء وتغيير جوهرى فى البيئة الطبيعية وخط السماء والبحر مما قد يكون له ضرر بالغ على الانسان ذاته بل وتدميره . وليس التقدم المادى الذى ينشده العالم عملا واحدا وينتهى بل هو عملية مستمرة لا تنتهى ابدا ، بل انه حين يصل الى درجة عالية قد يقضى على انسانية الانسان ويصيره حيوانا اقتصاديا .

وإذا كانت التكنولوجيا الغربية هي وليدة التقدم العلمى وتعمل عملها من طريق استخدام وسائل علمية : فانها تختلف مع ذلك عن العلم فى قيمتها الأساسية ، فهى لا تهدف الى الحقيقة الموضوعية فى صورة المعرفة المطلوبة لذاتها كالعلم فى تجرده بل هى تطبيق للمعرفة عن طريق وسائل التحويل الى اشياء مادية يترتب عليها نفع البشرية كالآلات والمعدات والتجهيزات ( وهى خطوات انتقالية ) الى بضائع استهلاكية وخدمية لاسعاد البشر بتحقيق رخائهم المطلق فى نظرهم ( وهى المحصلة النهائية ) .

ولذلك فان التكنولوجيا تحكمها فكرة المنفعة التى تتضمن الاعتراف بانه من التجريب المستمر الهادف الذى يشجعه العلم ، يمكن الوصول الى نتائج مطلوبة تؤدى الى انشاء وخلق اشياء معقدة تغيد البشرية . وهذا المبدأ الحاكم يشارك فيه مع التكنولوجيا كل من الفنون الهندسية والاقتصاديات . ففى الاولى يعبر عن المنفعة التساؤل هل ستعمل هذه الآلة لا وفى الثانية يعبر عن المنفعة السؤال هل تسد حاجة او هل هناك طلب عليها ؟ او هل يمكن انتاجها بتكلفة تسمح بوجود طلب كبير عليها ؟ وبذلك يكون للقيمة الهيكلية للتكنولوجيات ثلاثة مكونات رئيسية : مكونات عملية وهندسية وهى تحكم وسائلها الى حد كبير ، ومكون اقتصادى وهو يحكم الطلب عليها .

ولكى نلخص ما فات من افكار فان التخطيط هو القيام بعمل على شئ بقصد تغييره الى حالة مرغوبة اكثر من الحالة القائمة . فمفهوم الرغبة اكثر لدى المخطط يتساوى مع مفهوم التغيير الى الاحسن .

ويقتضى ذلك ضرورة التنبؤ بالمستقبل بصورة علمية مؤسسة على حقائق الماضى والحاضر وتوسع لاستيعاب المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسيكولوجية الحادثة او المتوقعة حدوثها بناء على عناصر المشاهدة الدقيقة ، ويستخدم ذلك كله فى بناء فروض مستقبلية عديدة تنتظمها نماذج رياضية مؤسسة على خليط من نوعين من المحددات احدهما يظهر تحت عنوان « المخاطر » والاخر يندرج تحت وصف « الاحتمالية او عدم اليقينية » . وهذا الاتجاه العلمى يعرف المخاطر بأنها القياس الكمية لنتائج ( عادة ربح او خسارة ) تسمح باحتمال التنبؤ بهذه النتائج او المخرجات . اما عدم اليقينية فتمثل المخاطر التى لا يمكن قياسها موضوعيا .

ولعل اهم عنصر يحكم هذا الاتجاه العلمى هو « ارادة التغيير » .

لان كل هذه الاتجاهات العلمية التى تبدو معقدة احيانا لا يمكن ان تنتج اثرا الا اذا دعمتها وساندها ارادة جادة لاحداث التغيير المنشود .

## المبادئ الحاكمة للتخطيط :

اولا - ان التغيير في نظام القيم السائدة هو وحده الذى يحدث تغييرا في الموقف الراهن :

يجب فهم التغيير المخطط على انه تنهز أساسى في المفاهيم الحالية والتراكيب والسلوك او تغيير من شأنه تعديل الحقيقة التصورية للأشياء وقيمة التصور ذاته . وهنا يجب اللجوء الى نظام القيم السائدة في المجتمع وفحصها على ضوء التقاليد الموروثة الايجابية والسلبية ومستحدثات السلوك الانسانى في المعاملات الاجتماعية الايجابية والسلبية ، ثم العمل على احياء الموروث الايجابى ان كان قد اهمل او ترسيخه ان كان موجودا ، وهجر السلبيات سواء الموروثة او المستحدثة على ضوء المبادئ الدينية والاخلاقيات المثالية .

وقد فهمت الدول الغربية المتقدمة ذلك ووضعت منذ استقرت الثورة الصناعية اسس اعادة بناء نظام القيم الغربية السديدة ، بل انهم كانوا يبحثون عن السر الذى جعل العرب ومن بعدهم المغول ينجحون في غزو نصف العالم وكانوا في ذلك الوقت قبائل متأخرة .



ولايزال هذا التطور الفكرى والقيمى في الغرب يسير بخطى وئيدة مع التطور الكيفى الحادث نتيجة الثورة التكنولوجية في النصف الثانى من القرن العشرين .  
ثانيا - الفرد وحده هو الذى يستطيع احداث هذا التغيير في القيم :

تدل المشاهدة والملاحظة في تاريخ المجتمعات التى تمدلت فيها نظم القيم السائدة كالمجتمعات الغربية واليابان ان المعالم الجديدة للقيم تحدث كالمحاث وافكار في عقول الافراد ، فاذا حدث قبول لها ينتقل التغيير في القيم الى المجتمع من واقع ممارسات الافراد فتصبح قيما اجتماعية يتسع نطاقها تدريجيا في المجتمع فتصبح مقبولة من غالبية الناس قيما اجتماعية جديدة ملزمة .

وبالتالى فان اى تغيير في نظم القيم السائدة في المجتمع هو نتيجة للممارسة الخلاقة لارادة الافراد وادى تميم هذه الممارسة الى خلق نوع جديد من المستقبل . وعلى ذلك فان اية قرارات فوقية بفرض قيم معينة على مجتمع معين لا يكتب لها النجاح الا مؤقتا مادامت لم تدعمها ممارسات الافراد فيما بينهم بعد قبول هذه القيم الجديدة ، اللهم الا اذا كان التغيير الحادث في القيم بقرار فوقى هو التغيير الى اسوأ نتيجة التسبب واللامبالاة فحينئذ يمكن لهذا التغيير ان يستمرى لان الهدم سريع الاثر دائما .

### ثالثا - تغيير القيم لا يمكن التنبؤ به :

ان القيم ، بطبيعتها تكون حالة عقلية وعاطفية معينة تفرض نفسها على المعلومات السائدة في المجتمع . وحينئذ حين نتكلم عن نظام قيم مستقل فانما نتكلم من حالة مستقبله للمعلومات السائدة في المجتمع ، وهذه لا يمكن معرفتها مقدما لان العلم بالشيء انما يستمد وجوده من حاضره هذا الشيء ويصبح بالتالى من الواجب الاعتراف بان المعرفة تفقد مستقبلها . وبمعنى آخر ولتقريب هذا المعنى المجرد من الذهن فاننا نقول انه لو علمنا اى نظرية ستحل في المستقبل محل نظرية النسبية ، فاننا لا نحتاج الى الانتظار حتى تحل هذه النظرية المستقبلية محل النظرية السائدة حاليا لانها - بواقع معرفتها ، تصبح واقعا في الحاضر وليست مستقبلية .

وترتبطا على ذلك فانه اذا كان التغيير في القيم الحالية هو وحده الذى يفرض من الواقع الحالى ، وان تغييرات القيم لا يمكن التنبؤ بها ، فان الطريق الوحيد للاتجاه الى مستقبل افضل هو ارادة احداثه والعمل من الآن من اجل صيرورته واقعا حيا .

### رابعا - ان ضرورة التغيير في القيم اجتماعيا نتيجة الممارسات الخلاقية للأفراد للقيم الجديدة هو الذى يخلق « التقدم » :

ومعنى ذلك ان تحقيق التقدم او التحسن في الموقف الحالى هو بالاصل افكار فردية تحدث في عقول الافراد وتنتشر بالممارسات كما قلنا حتى تصبح مقبولة اجتماعيا كقيمة جديدة ، ومن ثم فهي حالة من حالات بقطة الضمير الاجتماعى تؤدي الى بلورة ارادة التقدم والتغيير الى احسن في تخطيط يحكم من الآن فصاعدا الاتجاهات الاجتماعية في تعبئة الموارد وادارتها لتحقيق الغاية المرجوة موضوع الممارسة الارادية .

### خامسا - ان التخطيط هو تنظيم للتقدم :

وهذا هو مضمون التخطيط الرشيد Rational Planning وبالتالي فان كل ما قلناه من افكار يمكن تلخيصه فيما يلى :

- ١ - ان موضوع التخطيط هو المستقبل المنشود او المستهدف .
- ٢ - ان ارادة المستقبل معناه ارادة تحقيق موقف يختلف في القيم الحاكمة له !خلافنا بيننا عن نظام القيم الذى يحكم الحاضر .
- ٣ - التقدم يمثل نظام القيم الجديد .
- ٤ - ان هذا النظام الجديد للقيم يجب تصوره في اطار الاهداف المراد تحقيقها وان اعتبار اتاحة هذه الاهداف من واقع الموارد يجب ان يكون هو محور عملية التخطيط .



٥ - ان عملية التخطيط على هذا النحو هي عملية ديناميكية لانها تعنى احداث تغيير في الموقف الحاضر لكي يتلاءم مع صورة المستقبل المراد تحقيقه وليس انعكاسا للحاضر في فكرة مستقبلية مستمدة من القوى المنطقية المتنبأ بها والتي تحكمها . ومعنى ذلك ان الانتقال من الحاضر بمعنى « هنا الآن » الى المستقبل بمعنى « هناك وحينئذ » ليس الا انتقالا من حاضر غير مرغوب الى حاضر مرغوب عن طريق رابطة سببية محددة تجعل المستقبل واضح الصورة بحيث يعامل عنصر الزمن فيه معاملة عنصر المكان طالما ان ارادة التغيير هي ارادة حقيقية مؤسسة على نظام جديد للقيم السائدة .



# الباب الثاني

## النمو الاقتصادي والتخطيط

### الفصل الأول

#### النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية

يمكن تعريف النمو GROWTH بأنه عملية تحول سواء كنا بصدد اقتصاد دولة نامية او دولة صناعية متقدمة . وهذا التحول يجب أن يكون هادفا بمعنى أن تهدف عملية التحول الى احداث تغييرات هيكلية في الاقتصاد القومي يترتب عليها رفع المستوى المعيشي وقيمة الحياة لجموع الشعب بصورة منظمة مهما كانت درجة التقدم التي عليها الدولة لأن النمو طريق لا نهاية له يمثل طموح شعب في أن يرفع من مستواه وأن يتقدم في مضمار الحياة وفي نسبة مشاركته في رخاء الانسانية واسعادها عن طريق الاستجابة الى كل مطالبها المشروعة اخلاقيا ودينا ، وأخيرا احراز التقدم في دعم صورته بين شعوب الأرض .

وقد ركز الاقتصادي الأسترالي كولان كلارك على سيطرة القطاعات الاقتصادية المختلفة على المراحل المختلفة للنمو والتحديث . فمنه تعتبر التنمية عملية متتابعة الحلقات تشمل القطاع الانتاجي الأولي وهو الزراعة والصناعات الاستخراجية ؛ والقطاع الانتاجي الثاني وهو الصناعة التحويلية ، والقطاع الانتاجي الثالث ويضم التجارة والخدمات . فالقطاع الأولي يسود وحده في الدول النامية ، والقطاع الثاني يسود في الدول الصناعية المتقدمة والقطاع الثالث يسود في الدول الأكثر تقدما أي التي تجاوزت مراحل النمو الزراعي والنمو الصناعي وأصبحت دولة ما بعد الصناعة POST INDUSTRIAL

اما الاقتصادي الأمريكي روستو ROSTOW فيرى أن النمو يتحرك من مجتمع تقليدي الى مجتمع انتقالي ( حيث ترسي دعائم النضوج ) الى مجتمع انطلاق ( حيث تنطلق عجلة النمو وتسرع الخطى ) الى مجتمع النضوج . وقد ظهرت نظريات متعددة لتفسير عملية الانتقال من مرحلة تالية لعل من أكثر عواملها فعالية عنصر المبادرة الفردية ENTREPRENEURSHIP والاستثمارات .

**وتختلف عبارة النمو الاقتصادي ECONOMIC GROWTH عن عبارة ( التنمية الاقتصادية ) ECONOMIC DEVELOPMENT في أن التعبير الأخير ينطبق في نظر الاقتصاديين على المجتمعات الآخذة في النمو والتنمية في حين أن تعبير النمو الاقتصادي يطلق على المجتمعات المتقدمة التي ينمو فيها الدخل الفردي ، ففي نظر الاقتصادي الأمريكي روستو يتم هذا النمو بين مرحلة الانطلاق ومرحلة النضوج ، وفي نظر كولان كلارك يتم هذا النمو بين المرحلة التي يسود فيها القطاع الانتاجي الاولى والمرحلة التي يسود فيها الانتاجي الثاني .**

**ولعل العلامة الأساسية الاولى في التنمية في مجتمع ما هي انهبوط الشديد في نسبة العمالة الزراعية الى المساحات المنزرعة نتيجة التوسع في الميكنة الزراعية .** وهناك جوانب أخرى للنمو . فالدهور الزراعي والتوسع الصناعي والخدمى ادى بوجه عام الى تركيز السكان في المدن اولا فيما سمي بالمدينة القلب CORE CITY وبعد ذلك في الضواحي . وفي السنوات الاولى للنمو في الغرب تركزت الاستثمارات في البنية التحتية وطرق النقل والمواصلات اكثر مما تركزت في الصناعة ، ثم حدث بعد بدء تكامل المرافق العامة ان تركزت الاستثمارات في الصناعة . وكان التركيز في البداية على انتاج السلع الاستثمارية اى الآلات والمعدات ثم بدأ الانجاء يتزايد نحو انتاج السلع الوسيطة والاستهلاكية .

ولقد استرعى تحقيق نسب عالية للنمو في ألمانيا الغربية واليابان وإيطاليا في الفترة الزمنية بين سنة ١٩٥٠ - ١٩٦٦ انتباه المحللين الاقتصاديين نظرا لأن هذه الدول كانت متأخرة نسبيا في درجة النمو الاقتصادي عن الدول الغربية الأخرى مثل بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة . فذهب البعض الى ان من يبدأ متأخرا زمنيا يمكنه تحقيق نسب أسرع من النمو نظرا لنقله التكنولوجيا المتقدمة التي تحققت في الدول الأخرى فيتفادى العثرات وتجارب الخطأ والصواب التي مرت بها تلك الدول .

### **تطبيق النمو :**

**لتفسير ظاهرة تحقق معدلات نمو أسرع في بعض الدول من معدلات النمو في دول أخرى لو تحقق معدلات نمو أعلى في بعض المراحل الزمنية منها في مراحل أخرى ، وجد الاقتصاديون العالميون من المناسب أن يعزى ذلك الى الوظيفة الانتاجية PRODUCTION FUNCTION وهذه هي طريقة رياضية لايجاد الصلة بين بعض معايير المخرجات ( مثل الناتج الاجمالى القومى ) الى المدخلات المطلوبة لتحقيق هذه المعايير . فمثلا ، يمكن ايجاد الصلة بين الناتج الاجمالى المحلى وبين حجم العمالة مقيسة بعدد ساعات العمل/رجل ، الى تكوين رأس المال مقيسا بكمية النقود : الى مدخلات أخرى مختلفة تعتبر هامة . ويمكن وضع معادلة**

رياضية لذلك تبين ان معدلات نمو الناتج الإجمالي القومى يتوقف على معدلات نمو حجم العمالة ورأس المال ومتغيرات أخرى . ويمكن في هذا المجال افتراض أن تأثير كل من هذه المدخلات طردى . ومن هنا يمكن وضع تصورات معينة ، بعضها صحيح وبعضها غير صحيح ، أن قيمة ما يدفع للعمالة من أجور وما يستحق لرأس المال المستثمر من أرباح وفوائد هو مقياس عادل للمدى ما يقدمه كل من هذين العنصرين في عملية الإنتاج وتعبيراً عن الأهمية النسبية لكل منهما في عملية الإنتاج في فترة زمنية معينة .

وقد اجهد الاقتصاديون الغربيون أنفسهم في البحث لقياس المدخلات في العملية الإنتاجية بصورة أكثر دقة عن طريق أخذ عنصر رفع مستوى الجودة في العمالة ورأس المال في الاعتبار . ولذلك فإن ساعات العمل / رجل يجب أن تتحول الى ساعات أو وحدات إنتاج فعال EFFICIENCY UNITS وهنا يدخل مستوى التعليم والتدريب ، وسنوات الخبرة والصحة البدنية والنفسية في الاعتبار . ويسرى ذلك التحليل على رأس المال ، فالتحصين الطارئ على مستوى التصميم يزيد من فعالية السلع الرأسمالية بحيث يصبح قيمة الجنيه من معدة أو آلة مشتراه اليوم أكثر فعالية من قيمة الجنيه من آلة أو معدة مشتراه في العام الماضي . وبذلك يكون معدل نمو رأس المال المقيس بما طرأ عليه من تحسينات في الجودة أكبر بكثير من معدل نموه مقيسا دون تحسين في الجودة .

وكذلك فإن للنمو والتقدم التكنولوجى مصدرا آخر هو انتقال الطلب من قطاعات الإنتاج الأدنى الى قطاعات الإنتاج الأعلى مما يسببه إعادة توزيع الموارد . ولعل أهم تطبيق لذلك هو انتقال العمالة من الزراعة - قطاع ذى إنتاج أدنى تقليديا - الى الصناعة ثم الى الخدمات .

وإذا كان عادة توزيع الموارد بين القطاعات الإنتاجية المختلفة يتم خلال مراحل النمو والتنمية بأشكال متفاوتة من دول الى أخرى ومن زمن الى زمن طبقا لما تقتضيه طبيعة العملية الإنتاجية ، فإن ذلك يتم بقيادة أصحاب الأعمال والمبادأة في الاستثمار . ويرى كثير من الاقتصاديين أن تفاوت مستوى جودة أصحاب الأعمال يفسر الاختلاف القائم بين معدلات التقدم الفنى أو التكنولوجى بين الدول . ولذلك يمكن تصور وجود دولتين يتوفر فيهما معدلات استثمارية متماثلة تؤدي الى معدلات متماثلة تقريبا في نمو رأس المال لا تنتج بالضرورة معدلات متماثلة من التقدم الفنى والتكنولوجى . ويعزى السبب في الاختلاف في هذه الحالة الى اختلاف أصحاب الأعمال والمستثمرين في البلدين في مستوى جودة وصحة قراراتهم ودقة تنفيذهم لمشروعاتهم الاستثمارية .

## التكاليف الاجتماعية للنمو :

يؤمن البعض بأن للدولة الحق في اختيار معدل النمو المناسب الذي ترى تحقيقه في القطاعات الإنتاجية المختلفة كتعبير عن السياسة الاقتصادية القومية . وقد دعا ذلك بعض الاقتصاديين المتخصصين في النمو الاقتصادي القومي الى البحث فيما يترتب على النمو الاقتصادي من آثار اجتماعية كالازدحام المروري في المدن الصناعية ، وزيادة حدة التلوث الهوائي والمائي ، وتدهور البيئة الطبيعية ، وهبوط في مستوى تمتع الفرد بمباهج الحياة . والنمو يربط تحولاً اجتماعياً في نمط الحياة وتغيراً في العادات والسلوكيات الى الأسوأ مما يربط تصادماً بين القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية في المجتمع . وتهتم الدول المتقدمة كثيراً بهذه الظواهر الاجتماعية وتعمل جاهدة من أجل إعادة التوازن بين الجوانب الاجتماعية الإيجابية للمجتمع وبين الآثار الاقتصادية للنمو .

## النظريات المختلفة للنمو الاقتصادي :

أما عن النظريات المختلفة للنمو الاقتصادي فيجب التفرقة بين النظريات التي قيلت لتفسير النمو ومداه في الدول ذات الاقتصاد المتقدم وفي الدول النامية التي تسود فيها ظروف تشدها الى حلقة الفقر المفرغة . وليس هنا مجال تفصيل هذه النظريات التي يقوم بعضها على أساس معدلات الادخار والاستثمار ، وبعضها على ميكانيكية العرض والطلب ومدى تدخل الدولة فيهما لتحقيق التوازن السعري وغير ذلك . ويدور بعضها حول دور أصحاب الأعمال الوطنيين والاجانب في الاقتصاد القومي ..... الى غير ذلك من النظريات .

## التنمية الاقتصادية :

يستخدم اصلاح التنمية الاقتصادية عادة للتعبير عن البرامج التي تهدف الى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد الاقتصادية وتعميق وترشيد الانتاجية . وهي عملية مركبة من عدة عناصر متصلة ومتداخلة بعضها مع البعض تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول الى الاستغلال الامثل لعناصر الانتاج الأولية من خلال التقدم التكنولوجي وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية وتحقيق التوسع في المرونة الواجب توافرها في تضافر القطاعات الانتاجية المختلفة من اولية PRIMARY وثانوية SECONDARY وثالثية TERTIARY وتدخل السياحة في هذه الاخيرة ( تقييم اقتصادي كولان كلارك ) .

ولاشك ان الدول النامية - مع اختلافها في درجة النمو - تشترك الى درجات متفاوتة في تخلف عنصرين هما قلة رأس المال السائل ، والنقص في الخبراء والفنيين اللذين لتحقيق التنمية الاقتصادية المطلوبة .

## **فالتصديرات الدول النامية تقوم في المقام الاول واذا اردنا التعميم على**

الزراعة ، وقد اثبتت تجارب هذه الدول ان ثبات الرقعة الزراعية وعدم تطوير انتاجيتها عن طريق النمو الرأسي نظرا لنقص امكانيات الميكنة الزراعية وعدم وجود تقدم تكنولوجي يقوم على الابحاث العلمية الزراعية المتطورة ، كل ذلك يؤدي - مع التزايد المستمر في عدد السكان ، مثل ما هو قائم في مصرنا العزيزة - الى تخلف القطاع الزراعي عن تلبية الحاجيات الغذائية لمجموع السكان فتلجأ الدولة الى الاستيراد من الخارج وهو ما يشكل عبئا كبيرا ومتزايدا على الميزانية العامة وبوجه خاص مخصصات النقد الاجنبي منها .

## **وفي مجال الصناعة ، فان الدول النامية تركز عادة على هيكل صناعي**

متخصص يغطي جزءا غير كبير من احتياجات الشعب لكي يعيش في مستوى لائق وبخاصة مع التوقعات المتزايدة للفئات الشعبية في تحقيق نوعية حياتية افضل نتيجة للتزايد المستمر في الاتصال بشعوب الدول المتقدمة . ولا شك ان المنافسة الحادة التي يمكن ان تدخل فيها الدول النامية في تصدير منتجاتها الصناعية لتحقيق عائد كاف بالعملة الحرة يفرض عليها مستوى انتاجيا وسعويا قد تقصر عن تحقيقه لعدم اتساع قاعدة الانتاجية ، ولأن النظام السعري في سوقها الداخلي يقصر في ميكانيكيته عن تحقيق الفعالية المطلوبة في التوازن السوقي . فضلا عن ذلك فان التكلفة الرأسمالية العالية لانشاء صناعات جديدة يفرض توفر المواد الأولية اللازمة لها يجعل الدولة النامية في موقف غير موات نظرا لحلقة الفقر المفرغة التي تجمل في ان قلة للدخول تؤدي الى قلة المدخرات وهذه تؤدي الى قلة الطلب وبالتالي قلة الاستثمارات التي تؤدي بدورها الى ضعف قاعدة الانتاجية وهذه تؤدي الى قلة الدخل العامة المحققة التي تعنى بدورها قلة الدخل الفردية وهكذا ..... ولا شك في ان هذه السلسلة التي تظهر في شكل طلب داخلي ضعيف وانتاج قومي ضعيف يصبح نتيجة لذلك وسببا في ذات الوقت ، وهو ما يؤدي الى ضعف المستوى وعدم استطاعة الانتاج الوطني منافسة انتاج الدول الاكثر تقدما في السوق الدولية .

## **فالتفجار السكاني ، وضعف السوق الداخلي بوجه عام والنقص في تحقيق**

مناخ لوجود فرص للعمل الخلاق وحفز الطاقات الذهنية القادرة على العمل المنتج بعيدا عن استئثار اصحاب الثروات الراغبين في تحقيق عائد سريع عن طريق التجارة فقط دون الاستثمار في مشروعات تنمية طويلة الاجل يؤدي الى القاء اعباء اكثر وخطر على عاتق الدولة لتعويض هذا النقص ، كل ذلك يمثل عقبات جديدة تقف حائلا دون تقدم برامج التنمية الاقتصادية .

**ويعتبر مستوى الدخل الفردي السنوى هو المعيار المتفق عليه لقياس التنمية الاقتصادية في دولة ما -** ويمكن تطبيق هذا المعيار ايضا على مستوى او نسبة نمو الدخل الفردي السنوى ، ولذلك فقد اصطلح على تعريف الدول النامية تعريفا مبسطا بانها الدول ذات الدخل الفردي المنخفض ، وتتفاوت هذه الدول في مستوى هذا الدخل الفردي . وقد اتفق الاقتصاديون على ان الدول الفقيرة هي الدول التي يقل الدخل الفردي السنوى فيها عن خمسمائة دولار امريكى .

**ورغم عمومية وبساطة هذا المعيار فان هناك صعوبات احصائية وفنية تحول دون امكان اتخاذه معيارا عالميا ثابتا لانه توجد حالات عديدة تابل الخضوع لهذا المعيار كمقياس لدى تقدم بعض الدول في طريق التنمية الاقتصادية .** ومن ذلك مثلا الدول البترولية الغنية كالكويت والامارات العربية وفنزويلا اذ بلغ الدخل الفردي فيها مستوى عاليا ومع ذلك تعتبر دولا غير متقدمة في خصائصها الاقتصادية العامة . والصعوبة الثانية التي تحول دون اخذ معيار الدخل الفردي السنوى كمعيار قاطع على التنمية الاقتصادية هي صعوبة اخذ الدولار الامريكى كوحدة نقدية يقاس بها الدخل الفردي السنوى في جميع دول العالم نتيجة مشكلات سعر الصرف الحقيقي للعملة الوطنية في بعض الدول تجاه الدولار الامريكى ، ومشكلات تقدير قيمة المكونات الثمنية ( غير النقدية ) للدخول في الدول النامية وكذلك نتيجة اختلاف فعالية احصاءات الدخل القومى والسكان في بعض من تلك الدول . واخيرا فهناك صعوبات فكرية في ترجمة تحديد معنى الاختلافات الدولية في مستويات الدخل الفردي .

**ودون ما حاجة في هذا المقام الى الدخول في حومة الافكار الفلسفية والحقائق العلمية ونظرياتها عن التنمية الاقتصادية ( لان ذلك ليس بلازم في موضوع التخطيط السياحي ) ، الا اننا نكتفى بالاملاح الى ان هناك اختلافا كبيرا بين الفقر المادى وبين عدم الرضا او عدم الارتياح الشخصى الذى قد يسود في شعب دولة ما ، فتفسير دخل فردي منخفض كدليل على الفقر يمكن ان يقبل بشرط تحفظين اثنين :**

**الاول :** هو ان مستوى المعيشة المادية يتوقف ليس على الدخل الفردي السنوى بالمعنى المحدد بل على الاستهلاك الفردي . فالاثنان قد يختلفان اختلافا بينا حين يتحول جزء كبير من الدخل القومى من الاستهلاك الى أغراض اخرى مثل تنفيذ سياسة ادخار شبه اجبرية .

**والثاني :** ان فقر دولة من الدول قد يتمثل بصورة صادقة في مستوى معيشة غالبية الشعب ، وقد يكون هذا المستوى دون المعدل الحسابى البسيط للدخل الفردي او الاستهلاك حين لا يتوزع الدخل القومى بالتساوى ( وتوزعه بالتساوى امر يكاد يكون مستحيلا ) او اذا كانت هناك نفرة واسعة في مستوى المعيشة بين الاغنياء والفقراء .

## الفصل الثانى

### التخطيط الاقتصادى

انتشرت ظاهرة التخطيط الاقتصادى فى العالم منذ نهاية الستينات وأصبحت معظم الدول تدير شئونها الاقتصادية من خلال خطة اقتصادية قومية . وكان ذلك بمثابة تغيير كبير فى الأفكار السائدة حتى نهاية الحرب العالمية الثانية حين كانت فكرة التخطيط الاقتصادى غير واردة الا فى الاتحاد السوفيتى والمانيا النازية . ومع انتشار ظاهرة التخطيط الاقتصادى فى كثير من دول العالم المعاصر الا ان هذا التخطيط باخذ اشكالا متعددة تنبع من اختلاف الانظمة السياسية والاقتصادية السائدة . ففى الاتحاد السوفيتى والدول الاشتراكية ينبع التخطيط من فكرة المركزية المستندة الى ملكية الدولة لادوات الانتاج ، فى حين انه فى دول اوربا الغربية يستند التخطيط الاقتصادى الى فكرة الملكية الخاصة فيهدف التخطيط بذلك الى التأثير فى مراكز اتخاذ القرارات عن طريق التأثير فى بعض القرارات الاقتصادية الرئيسية بدلا من تركها حرة تماما لقوى السوق تحكم فيها بصورة غير منظمة فى جميع الاحوال .

ويمكن اعتبار فكرة التخطيط الاقتصادى تاريخيا رد فعل ضد مساوئ الرأسمالية التقليدية والتي كان قد استشرى فى ظلها سيطرة رأس المال . وقد كان انتصار الثورة البلشفية فى روسيا وتأميمها ادوات الانتاج مقدمة لظهور الفكر الاشتراكى للتطبيق على مستوى ملكية الدولة لكل وسائل الانتاج ولم يكن هناك برنامج عمل معد لما يلى من استراتيجية اقتصادية ، ولذلك كان تطور التخطيط الاقتصادى المركزى فى الاتحاد السوفيتى مسألة تجريبية « براجماتية » اساسها تجربة الخطأ والصواب ، وكان قرار التصنيع الثقيل الذى اتخذ فى الاتحاد السوفيتى عام ١٩٢٧ مدعاه لتركيز الرقابة فى يد الدولة بحسبان انها الجهة الوحيدة التى تستطيع استقلال مصادر الانتاج لتحقيق الاهداف الطموحة ! .

اما فى اوربا الغربية فقد دخل التخطيط الاقتصادى حيز التطبيق فى مناخ مختلف قوامه طبقة رجال اعمال محترفين وتقاليد طويلة موروثه من الحرية السياسية والاقتصادية . وترتبطا على ذلك ، فرغم ان التخطيط الاقتصادى يعنى ضمنا توسعا فى مسؤوليات ونشاطات الدولة ، فان محور النمو للاقتصادى



يظل في يد القطاع الخاص ، وتتدخل الدولة في نشاطات هذا القطاع الخاص في حالات نادرة عن طريق التشريع المانع من السيطرة او الاحتكار مثلا . وعلى ذلك يظل التخطيط الاقتصادى عاملا غير مباشر للتأثير في النشاط الاقتصادى القومى عن طريق التعاون والتنسيق بين القطاعين العام والخاص ، ويظل المنتجون والمستهلكون احرارا في تشكيل انشطتهم للتغيرات في ظروف السوق والأسعار النسبية .

وعلى ذلك فان التخطيط الاقتصادى رغم نشوئه في احضان الافكار الاشتراكية لانه نوع من تدخل الدولة في توجيه النشاط الاقتصادى لتحقيق الموازنة بين الناتج القومى وهيكله من ناحية ، وبين الحاجيات الاجتماعية والاقتصادية المتطورة من جهة اخرى في شكل تصميم وتنفيذ برنامج عمل للمستقبل ، الا ان التخطيط الاقتصادى أصبح مباشر في ظل أنظمة الاقتصاد الحر كنوع من التنظيم وتوضيح لرؤى المستقبل ببرامج توجيهية بأساليب علمية تكفل تحقيق النمو الاقتصادى لبلوغ مستوى معيشة افضل للشعوب .



## الباب الثالث

### مضمون التخطيط بوجه عام

التخطيط هو النظر الى المستقبل بعين الرغبة في تحديد اهداف للعمل على التقدم ورسم الاساليب العلمية لتحقيق هذه الاهداف بنية مواجهة التطور الحادث في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية .

وبمعنى آخر هو عملية منظمة لوضع ترتيبات عقلية مقدما لمقابلة أحداث مستقبلية او هو محاولة علمية لمواكبة التغير الذى هو عنصر هام من عناصر الحياة الاجتماعية المنظمة ، بل وسبقه بالتنبؤ به ومحاولة تنظيمه والتأثير فيه .

ولقد اصبح التخطيط لازما في الدول الحديثة على اختلاف نظمها السياسية والاقتصادية فسير العمل الانتاجي والاداري دون تخطيط أمر لا يمكن أن يتحملة شعب من الشعوب في عصر اصبح التنافس على التقدم فيه لازمة وضرورة لا يخفف منها غنى الدولة في مواردها الطبيعية وطاقاتها الانتاجية .

على ان التخطيط يختلف اهميته من دولة الى اخرى . بل ويختلف مداه حسبما كانت الدولة تأخذ بنظام الاقتصاد الحر أو الاقتصاد الموجه .

فيلعب التخطيط ذروة الاهمية في الدول التى تتبع نظام الاقتصاد الموجه لأن تعبئة امكانيات الدولة وتوجيه الانتاج فيها بمعرفة الدولة يضى عليها مسؤوليات جساما تقتضى أن يكون هذا التوجيه وتلك التعبئة موجّهين بنسبة معينة هي الهدف العام ، وان تحدد الطرق والاساليب المختلفة التى يمكن بها ادراك ذلك الهدف العام تحديدا علميا منسقا يمكن به حساب نتائجها .

وليس التخطيط نوعا واحدا او صورة بعينها تكرر ، ولكنه يختلف من حيث النطاق ومن حيث الحدود الجغرافية ومن حيث المدة التى تستغرقها الخطة .

١ - **شأن حيث النطاق :**

ينقسم التخطيط الى نوعين :

**الأول التخطيط الشامل** ويهدف الى التحكم في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي في الدولة في اطار نظام متكامل من الاهداف التى تلبي احتياجات المجتمع في مختلف المجالات .

**الثاني التخطيط الجزئي** ويستهدف التحكم في نشاط بعينه من نشاطات الدولة او قطاع معين من القطاعات الانتاجية فيها او في جزء فقط من هذا النشاط او القطاع .

## ٢ - ومن حيث الحدود الجغرافية :

ينقسم التخطيط الى نوعين : -

**الاول تخطيط قومي** وهو الذي يعالج إمكانات الدولة في مجموعها دون ان تقتصر على منطقة او اقليم معين منها . ويتضمن ذلك بوجه خاص تعبئة موارد الدولة بالكامل والعمل على ادارتها بصورة فعالة تؤدي الى تحقيق الاهداف المتوخاه .

**الثاني تخطيط اقليمي** ويهدف الى النهوض باقليم معين من اقاليم الدولة او بمنطقة من مناطقها الجغرافية بحيث يتم تزويدها باسباب الانتعاش الاقتصادي وتعميرها ورفع مستوى المعيشة فيها وابداء سبل الحياة الكريمة لاقامة مجتمع متكامل يعتمد على محور او محاور للتنمية .

## ٣ - ومن حيث المدة التي تستغرقها الخطة :

ينقسم التخطيط الى ثلاثة انواع : -

**الاول تخطيط قصير الامد** يهدف الى احداث تغيير في مسار النشاط او القطاع موضوع التخطيط في الامد القصير ويتراوح بين سنة واحدة وستين .

**الثاني تخطيط متوسط الاجل** ويتحدد بمدة تتراوح بين سنتين وخمس سنوات .

**الثالث تخطيط طويل المدى** وهو الذي يغطي فترة زمنية طويلة من خمس سنوات الى عشر سنوات .

## ٤ - ومن حيث مضمون التخطيط الطبيعي : PHYSICAL PLANNING

ينقسم التخطيط الطبيعي الى : -

- **تخطيط راند او شامل** MASTER PLANNING ويهدف الى وضع الاطار الشامل للتنمية في دولة او اقليم او منطقة فيها او تخطيط المساحات الارضية والمائية بصورة متكاملة وشاملة لكل جزئيات التنمية .

- **تخطيط هيكل** STRUCTURAL PLANNING ويختلف عن النوع السابق في انه يكتفى بوضع المؤشرات الاساسية للتنمية في منطقة ما او اقليم بصورة يمكن بعدها الدخول في تفاصيل التنمية في كل جزء من اجزاء المنطقة او الاقليم .

— **تخطيط استراتيجي STRATEGIC PLANNING** وهو التخطيط الذى يضع استراتيجية وصفية وتحليلية للتنمية الشاملة أو لقطاع انتاجى معين أو لجزء من هذا القطاع .

وبصورة عامة يأتى هذا النوع من انواع التخطيط بعد وضع التخطيط الرائد أو الشامل وأما بعد وضع التخطيط الهيكلى . ويمكن استثناء أن يوضع هذا التخطيط قبلهما وحينئذ يشبه بنوع آخر من انواع التخطيط التصورى **CONCEPTUAL PLANNING** .

— **تخطيط العمل التنفيذى ACTION PLANNING** وهو وضع برامج التنفيذ المحدد التى تجيب على أسئلة كثيرة هى ماذا ولماذا وكيف ومتى وأين وبواسطة من بحيث يدخل التخطيط بذلك حيز التنفيذ الفعلى .  
ويسمى هذا النوع فى بعض الأحيان التخطيط التشغيلى **OPERATIONAL PLANNING**

### مقومات التخطيط الناجح :

وللتخطيط الناجح الفعال عدة مقومات أساسية أهمها ما يلى : —  
**أولاً —** أن تشمل الخطة على تحليل ووصف تفصيلى لكل اللابسات الخاصة بواقع التنفيذ ، وأن يستفاد من الخبرات الماضية فى عمل التنبؤات عن المستقبل حتى لا يصطدم التنفيذ بعقبات يكون القائم بالتخطيط قد أسقطها من تقديراته المبدئية وعمله الاستطلاعى مما يؤدى الى حدوث أخطاء فى افتراضاته واستنتاجاته . وبالتالي بناء خطته على مقدمات خاطئه فتخرج الخطة مبتورة عاجزة عن تحقيق الاهداف .

فهذه المرحلة بمعنى آخر هى مرحلة جمع بيانات تفصيلية ودقيقة حول الموقف أو النشاط المراد تخطيطه .  
وبقدر ما تكون هذه البيانات كاملة ودقيقة بقدر ما يكون حظ الخطة من النجاح .

**ثانياً —** تقسيم مشروع الخطة الى أجزاء ومراحل بحيث يسهل تحديد المسؤوليات والأدوار فى كل جزء أو مرحلة ورصد الأموال اللازمة لتنفيذها ، ووضع قواعد متابعة الاداء فى كل جزء أو مرحلة بحيث يتكامل الاداء فى النهاية لتحقيق الخطة ككل بضم هذه المراحل بعضها الى بعض .

**ثالثاً —** وضع حلول تبادلية يتفاعل فيها دور السلطات القائمة بالتخطيط مع عمل أجهزة التنفيذ المختلفة حتى لا يكون هناك انفصال بين مستويات التخطيط التى يفترض أن تكون مركزة بعيدة عن مواقع التنفيذ وبين الإدارات اللامركزية

القائمة على التنفيذ . وهذا الانفصال لو وجد يؤدي بلا شك الى تخلف التوجيه عند مواجهة المشاكل غير المتوقعة التى قد تنشأ فى مرحلة التنفيذ .

رابعا - يجب أن تكون هناك رقابة مستمرة على أجهزة التنفيذ حتى لا يحدث انحراف عن دائرة الاداء المشروع للخطة . وتفترض هذه الرقابة وجوب استعمال الخطة على معدلات الاداء ، وان تكون الرقابة من قبيل تقييم الاداء وفق هذه المعدلات والتعرف اولا بأول على اسباب الانحراف عن تنفيذ الخطة كما هى او عدم تحقيق الاهداف المحددة زمنيا ،

### تحديد مراحل العملية التخطيطية :

تتضمن كل عملية تخطيطية ايا كان موضوع النشاط الذى يرد عليه التخطيط عدة مراحل نبيتها فيما يلى :-

١ - تحديد معالم المشكلة او الموضوع الذى يجرى التخطيط له ودراستها دراسة واعية فى كل جوانبها .

٢ - تجميع المعلومات والبيانات والاحصاءات التى تتعلق بالمشكلة من كافة جوانبها ثم تحليل البيانات المجمعة وتصنيفها وتقييمها واعدادها للاستخدام ثم استحداث طريقة سهلة لا سترجاع هذه المعلومات سواء بالطريق العادى او الميكرو فيلم او الكمبيوتر .

٣ - رسم الاهداف العامة المنشودة ومقارنتها بالوضع القائم لتحديد الثغرة الفاصلة بين الجانبين ، وبيان ما اذا كانت الموارد المتاحة او الممكنة تستطيع تغطية هذه الثغرة ام لا .

٤ - وضع الاهداف المحددة التى تتضمن بذاتها معدلات الاداء وقياس مدى التقدم فى النشاط المخطط .

٥ - تحديد الحلول البديلة التى توصل الى تحقيق الاهداف المحددة ، لان تحقيق الهدف الواحد يمكن ان يكون له اكثر من طريق . والمهم هنا تفصيل مختلف طرق تحقيق الاهداف بما لكل منها من مزايا وما عليه من مآخذ وبخاصة من ناحية الموارد المتاحة او الممكنة والموارد غير الممكنة . ثم وزن مختلف الاعتبارات والتفكير المتعلقة بكل حل ببدالى .

٦ - اتخاذ القرار اى الوصول الى تحديد الحل الذى يتبع بناء على عدة اعتبارات ترجيحية وهذه الخطوة هى جوهر الخطة .

٧ - متابعة تنفيذ الخطة ورقابة الاداء وتقضى اتخاذ اجراءات تصحيحية عند تنكب التنفيذ لطريق الخطة سواء اكانت الاسباب داخلية يمكن السيطرة عليها او خارجية يصعب التحكم فيها او بسبب خطأ فى الخطة ذاتها .

## الباب الرابع

### اسس التخطيط السياحي

#### الفصل الاول

#### مزايا ومثالب السياحة

رغم عدم ممارسة التخطيط السياحي كما يجب ان يكون في بعض الدول السياحية ومن بينها مصر ، الا ان عددا متزايدا من الدول السياحية وبوجه خاص الدول الأوروبية والولايات المتحدة وكندا وغيرها أصبحت تأخذ التخطيط السياحي بكثير من الجدية والتكامل وهما شرطان من الشروط التي تفرق بين التخطيط السياحي السليم ومجرد وضع خطط سياحية للتسامع والشهرة . والسبب في ذلك ان للتخطيط السياحي جوانب متعددة من جرد وتقييم للموارد السياحية وبحوث اقتصادية واجتماعية وسياسية ونفسية وحضارية وتسويقية وادارية وتنظيمية وبيئية ومتطلبات طاقة وغيرها من المرافق العامة الاخرى ... الخ

**وفضلا عن ذلك** فان السياحة كان ينظر اليها حتى عهد قريب على انها خير محض للدولة او المنطقة المستقبلية للسائحين ( الدخل بالعملة الحرة واثره على ميزان المدفوعات - زيادة العمالة ورفع مستواها - زيادة حصيله الضرائب ) ، ولم يكن يلتفت كثيرا للجوانب السلبية التي يمكن ان تخلقها السياحة سواء من ناحية التكاليف الاجتماعية او الجوانب الاقتصادية الضارة كالتضخم او التكاليف البيئية . الا انه منذ حوالي عشرين عاما بدأ علماء السياحة وخبرائها يوجهون اهتمامهم لدراسة هذه الآثار السلبية للسياحة علميا وتطبيقيا في مؤلفات ومقالات ودراسات مختلفة حتى اصبح التخطيط السياحي العلم السليم اداة واعية لتجنب هذه الآثار الضارة او التخفيف منها على الاقل . وارتفعت مؤخرا اصوات كثيرة تنادى بالاحتياط لكيلا يحدث تدهور الموارد السياحية الطبيعية والحضارية والتاريخية ، وبضرورة التحرز ضد الازدحام والمشكلات الناجمة عن زيادة اعداد السائحين زيادة ضخمة من انتشار الجرائم وازدياد الخلافات والتصادمات الاجتماعية وتعقد حركة المرور .

**وسنعرض بإيجاز في الصفحات التالية للجوانب الإيجابية والسلبية للسياحة**  
**وصلة ذلك بالتخطيط في إطار من علاقات المحافظة على التراث القومي والترويج من**  
**المواطنين ، وأخيرا حالة التخطيط السياحي الراهنة في ضوء النظام الوظيفي**  
**للسياحة .**

### **الآثار الإيجابية للسياحة :**

#### **أولا - الآثار الإيجابية الاقتصادية :**

لقد أصبح من المقرر الآن أن السياحة من القطاعات الإنتاجية الهامة في اقتصاديات دول كثيرة سواء نامية مثل بلغاريا ورومانيا والمكسيك وبولندا واليونان ويوغوسلافيا أو دولا متقدمة مثل إيطاليا والمملكة المتحدة وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا .

وكان اهتمام هذه الدول الرائدة في مجال السياحة وغيرها من دول العالم بالسياحة وخاصة في العشرين سنة الأخيرة مبنيا على مزايا اقتصادية ثبت بالبحث العلمي ارتباطها بالسياحة كقطاع مركب من عدة نشاطات تتفاعل بها بالضرورة مع غيرها من النشاطات الاقتصادية الأخرى في الدولة .

ولعل أهم ما تبين للسياحة من مزايا اقتصادية هو ما يلي :

١ - أن السياحة تفل دخلا بالعملات الحرة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتصلة بها .

٢ - أن هذا الدخل يتغلغل بسرعة وبطريقة مباشرة ذات قاعدة توزيع عريضة في الاقتصاد القومي محققا بهذه المثابة أنسيابا واسعا مترابكا ودائريا في الدخول المترتبة على النشاط السياحي في كافة مراحل البيع بالجملة وبالتجزئة وفي قطاعات النقل ومختلف مكونات القطاع السياحي وسائر المرافق والخدمات والمعاملات المترتبة على الإنفاق الاستهلاكي .

٣ - أن السياحة سوق قابل للتوسع يفتح آفاقا لزيادة النشاط الاقتصادي نتيجة الزيادة المطردة الحادثة في دخول الأسر والأفراد وبخاصة في الدول المتقدمة .

٤ - أن صناعة السياحة تتطلب استثمارات مالية منخفضة نسبيا إذا ما قورنت بغيرها من القطاعات الإنتاجية الأخرى مثل الصناعة الثقيلة أو التعدين وخاصة بالقياس إلى العوائد المتوقعة من هذه الاستثمارات في الأجل القصير ثم الأمد الطويل .

٥ - أنها تقدم للدولة قطاعا تصديريا يحضر فيه المستهلك الأجنبي بحثا عن المنتج أو الخدمة دون حاجة إلى شحن أو تحرك مكاني للمنتج .

٦ - ان المنتج السياحي المباع يقوم اساسا على خدمات وثروات غير مادية لا تفل بطبيعتها - بغير طريق السياحة - عائدا ما مثل المناخ المعتدل وجمال الطبيعة ووجود اماكن تاريخية وثروات اثرية وهى ذات امكانات وتوقعات غير محدودة من العائد المادى اذا ما احسن تخطيطها وتسويق المنتج فيها وفقا لقواعد علمية وتجارية مرنة .

٧ - ان السياحة هى اداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعى وحضارى على المستوى القومى والدولى ، وكذلك فانها سبيل فعال لتنمية صناعات أخرى وغرس نوع من التفاهم الدولى بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص وعلى المستوى الدولى بوجه عام .

واذا كانت المبادئ السابقة لا تقبل المجادلة ، فان مدى تطبيقها على اقتصاد دول بعينها وما اذا كان ذلك يبرر اعطاء السياحة اولوية فى خطة التنمية الاقتصادية لهذه الدولة يختلف من بلد الى آخر ويتوقف الى حد كبير على عوامل كثيرة منها :

( ا ) حالة الاقتصاد القومى فى الدولة وهل هو اقتصاد متقدم او اقتصاد نام .

( ب ) ما اذا كانت هناك آفاق متعددة مفتوحة لتنمية هذا الاقتصاد وبمعنى آخر ما اذا كانت فرص التنمية الاقتصادية متعددة بتعدد القطاعات الانتاجية المختلفة .

( ج ) مستوى المرافق الاساسية فى الدولة .

( د ) مستوى مصادر الثروة السياحية من طبيعية ومصنوعة وكذلك مدى مستوى الخدمات السياحية .

( هـ ) المسافة التى تفصل بين الدول السياحية والأسواق المصدرة للسائحين وما يعكسه ذلك على اسعار النقل السياحي الدولى اليها .

( و ) اسعار الخدمات السياحية بالدولة مع اخذ مستواها فى الاعتبار بالمقارنة مع اسعار ومستوى الخدمات السياحية بالدول المنافسة سياحيا .

ولما كان يصعب التسليم بوجود جزر اقتصادية داخل اى اقتصاد قومى ، فان التداخل بين مختلف مكونات هذا الاقتصاد القومى هو الذى يخلق صعوبات لقياس والتقييم فى التحليل الاقتصادى . ولما كانت السياحة تؤثر وتتأثر بمختلف القطاعات الانتاجية الأخرى فى داخل الاقتصاد القومى فى جميع البلاد ، فان ثمة قوى مؤثرة فى الاقتصاد القومى تجعل تقدير التكاليف الحقيقية وتحديد الفوائد الصافية المترتبة على السياحة أمرا بالغ الصعوبة .

### ثانيا - الآثار الاجتماعية والحضرية الإيجابية للسياحة :

١ - يؤدى النشاط السياحي المخطط تخطيطا علميا متوازنا الى تعميق العلاقات بين السائحين والمواطنين فى الدولة المستقبلية للسياحة ، وتشجيع الاقتراض الاجتماعى والتبادل الحضارى بينهما مما يؤدى الى بناء جسور العلاقات الطيبة والتعاون بين الأمم .



٢ - يشجع التوسع السياحي المخطط على حماية والمحافظة على الموارد السياحية الرئيسية في الدولة سواء اكانت موارد طبيعية ام تاريخية وحضرية ، وتنمية القيمة الحضارية لفن العمارة والبناء واذكاء الروح الوطنية في تحسين الظروف الصحية في مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها فضلا عن محاولة تجميل الاحياء ونظافتها لتبدو جذابة في عيون الزوار السائحين .

٣ - تعتبر السياحة اداة طيبة من ادوات تنمية ورفع مستوى المناطق الطبيعية البعيدة عن العمران المحرومة من محاور التنمية الصناعية وبالتالي احياء العادات والتقاليد لدى سكان هذه المناطق البعيدة الفقيرة مما يؤدي الى رفع مستواها الاقتصادي ( من ناحية تدفق الانفاق السياحي عليها ) والاجتماعي والحضاري كنتيجة لرفع المستوى الاقتصادي .

٤ - تؤدي السياحة الى خلق فرص جديدة للعمالة في الدولة المستقبلية للسائحين .  
٥ - تذكى السياحة قيم المجتمع بحيث يبدأ المواطنون في الدولة في الاقتناع بأهمية استغلال اوقات الفراغ استفلاا انتاجيا وقضاء الاجازات بصورة من شأنها رفع مستوى الصحة النفسية لدى المواطنين وهذا ما يسمى بأثر المشاهدة والتقليد .

٦ - تعمل السياحة على احياء التقاليد المعمارية المحلية بشرط ان تحترم الخصائص اللدائية للأقليم والتراث والبيئة الحضرية . وقد يؤدي ذلك الى تجديد واحياء كثير من مراكز المدن المختلفة كما يحدث في اوربا والولايات المتحدة وكندا .

٧ - تؤدي السياحة الى اعادة بعث الفنون المحلية والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية في مختلف مناطق الدولة . وكذلك اعادة بعث طريقة الحياة الاجتماعية والحضرية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن العمران .

٨ - تشجع السياحة وتسهل التحرك الاجتماعي وتنقل كثيرا من العاملين في القطاع الزراعي الى العمل في قطاع الخدمات مما يؤدي الى تقليل الفوارق بين الدخل وزيادة فرص التعليم والتدريب ، ورفع مستوى الخدمات وبالتالي رفع مستوى الحياة في الدولة بوجه عام .

### **٣.٣ - الآثار الاجتماعية والحضرية والاقتصادية السلبية للسياحة :**

مثل السياحة كمثل اى نشاط انساني من ناحية آثاره السلبية التي يمكن ان تترتب عليه . فالأخطاء ، والتجاوزات ، والأهمال ، والجهل الذي قد يربط آثارا بعيدة المدى ، والتخطيط غير المناسب وغير السليم ، وعدم احترام المؤشرات الأساسية والاجتماعية والحضرية يمكن ان يؤدي كل ذلك وغيره الى اضرار خطيرة غير قابلة للاصلاح لدى طويل ( وهي اضرار حدثت في الماضي في بعض الدول وستظل تحدث في المستقبل لدول اخرى ) .

والاعتراف بهذه الاخطاء التى تنتج آثارا سلبية للسياحة ليس من شأنه التقليل من أهمية السياحة اجتماعيا ولكنه يجب أن يعتبر حافزا ودافعا للدولة السياحية لكي تعمل على تفاديها أو التقليل منها عن طريق التخطيط العلمى السليم .

فالأثار السلبية الاجتماعية والحضرية يمكن أن تظهر فى المساحات الأرضية المخصصة للتنمية السياحية والتي من شأنها أن تحدد استخدامات الأراضى فى القراض أخرى ، وتظهر فى تأثير الموسمية فى الطلب السياحى على اقتصاديات المشروعات السياحية ، ومشاكل التشبع التى يمكن أن تصل إليها هذه المشروعات فى اوقات الذروة من المواسم السياحية ، وكذلك تظهر فى منافسة السياحة لغيرها من القطاعات الانتاجية فى الدولة من ناحية اجتذاب العمالة إليها وتركهم لقطاعات هامة أخرى مثل الزراعة مما يسبب تدهورا فى تلك القطاعات .

وفىما يلى نوجز بعض الآثار السلبية للسياحة اجتماعيا وحضريا :

١ - الآثار السلبية على السلوك الاجتماعى ونظم القيم فى المجتمع : يدخل السائحون الى الدولة التى يزورونها ليس فقط بقدرة اتفاقية كبيرة بوجه عام وبمطالب خدمية متعددة ، بل يفدون أيضا ومعهم مجتمعهم وعاداتهم وتقاليدهم التى لا بد أن تؤثر تأثيرا تختلف درجته من حالة الى حالة على العادات الاجتماعية المحلية فيسببون صدمات اجتماعية وحضرية للمواطنين مما يثير التساؤلات لدى بعض مواطنى الدولة ( الشباب بوجه خاص ) عن قيمة الموروثات الاجتماعية والحضرية بل والدينية لديهم . فالسياحة هى واقعة اجتماعية وحضرية شاملة تؤدى مع توسيع قاعدتها الى تغييرات جذرية فى جميع نواحي النشاط فى المجتمع ، نتيجة اثر المشاهدة الذى قد يسبب تقليد المواطنين لهؤلاء السائحين فى سلوكهم وعاداتهم وطريقة ملبسهم وشربهم وماكلهم مما يؤدى فى بعض الأحوال الى ضياع الشباب بين ما درجوا وشبوا عليه من قيم وبين هذه القيم الفرية المستوردة .

واخطر ما فى ذلك التأثير يكون على السيدات والبنات فقد يؤدى الى افساد حياتهم .

فالوطنون فى الدولة هم التراث البشرى بقيمه وعاداته وتقاليده والذى لا يقل أهمية من حيث ضرورة حمايته عن التراث الطبيعى والتراث التاريخى والحضرى فى الدولة .

ولا تكون الحماية عن طريق منع الاختلاط بين السائحين والمواطنين كلية لأن ذلك ضرب من المستحيل ، وانما العلاج يكون عن طريق تقوية وترسيخ القيم الاخلاقية والدينية لدى المواطنين بشتى وسائل الاعلام وأفهامهم أن لكل دولة قيمها وتراثها وعاداتها وتقاليدها واحترام كل ذلك هو أسلوب حضارى يجبر السائح على احترام هذا البلد الذى يزوره واحترام مواطنيه .

وفى ذات الوقت فإن هذا هو عين ما يريد السائح أن يراه وبشاهده .

## ٢ - الآثار السلبية الأخرى :

( أ ) التغيرات الجوهريّة في وظائف المساحات الأرضية نتيجة التوسع السياحيّ إذ قد يترتب على زيادة الإبنية وقطع الأشجار وتسوية الأرض تغيير في تضاريس الأرض ووظائفها والافئثات على الأراضي الزراعية المنتجة مما يكون له آثار ضارة بالدولة من حيث الأمن الغذائيّ .

( ب ) زيادة مشاكل المرور في الشوارع والازدحام في كثير من المناطق وزيادة حدة التلوث ومشاكل الصرف الصحيّ ، وزيادة الضغط على شبكة التليفونات وغير ذلك (١) .

ويظهر ذلك بوضوح أكبر إذا زاد عدد السائحين عن عدد السكان الأصليين كما هو الحال في باربيدوس وفرجين ايلندز وسيشيل .

( ج ) اختلال التوازن في العمالة ما لم يكن التخطيط للتنمية السياحية متوأكبا مع خطة قومية للعمالة وتوزيعها والتدريب ، فإن التوسع في التنمية السياحية يخلق اختلالا في التوازن في العمالة بين مختلف القطاعات الإنتاجية في المجتمع .

( د ) التضارب بين المصالح الخاصة والمصالح العامة إذا لم يكن الجهاز الرسميّ للسياحة في الدولة قادرا على القيام بدوره كاملا في تخطيط التنمية السياحية وتوجيهها والرقابة - غير المعوقة - للمنشآت السياحية الخاصة .

( هـ ) قد ترتب السياحة تغييرا في الوزن السياسي المحليّ بدخول بعض العناصر السياحية الجديدة مجال السياسة (٢) .

( و ) قد تزيد السياحة من التدهور الأخلاقيّ الى حد انتشار البغاء والجريمة والعب القمار وقد حدث ذلك في بعض الدول في البحر الكاريبي بالفعل .

( ز ) زيادة الاتجاه المادي لدى المواطنين عن طريق الرغبة الملحة في استغلال السائح للحصول على أكبر فائدة بأسرع طريق وبالتالي تتصف الضيافة الأصلية في الشعب بالصبغة التجارية الاستغلالية في بعض الأحيان .

( ح ) يمكن أن تتسبب السياحة في توسيع فجوة الاحتجاج السلبى لدى شرائح الشعب المحدودة والتي لا تتأثر مباشرة بالدخل السياحيّ إذ يرى سلوك السائحين الوافدين المختلف اقتصاديا مع طريقة معيشتهم .

( ط ) المساهمة في زيادة حدة التضخم نتيجة زيادة الطلب على السلع والخدمات إذا لم يصاحب التوسع السياحيّ توسع كاف متوأكب في إنتاج السلع والخدمات .

ولذلك كان من اللازم أن تضع الدولة المستقلة السائحين سياسة سياحية شاملة ملازمة تتفرع عنها مختلف الاستراتيجيات والخطط حتى يمكن التقليل من الآثار السلبية لسياحة تنمو عشوائيا دون اتباع الأسلوب العلمى التخطيطى الذى يحمى مصالح الدولة كما يحمى السائحين .

( ١ ) سير جورج يونج في كتابه السياحة نعمة أو نقمة طبعة لندن سنة ١٩٧٢ طبعة كتب بليكان .

( ٢ ) دراسة جزر الكنارياس باسبانيا ( مور ) .

## الفصل الثانى

### النظرية العلمية للسياحة كاساس للتخطيط العلمى للتنمية

#### السياحية (١) :

يمكن تعريف النظرية بأنها مجموعة منظمة من المبادئ المتداخلة او المتصلة ببعضها اتصالا عضويا بحيث تشكل اطارا يضم المعرفة والمعلومات العلمية .  
والنظرية بهذا التعريف تصبح اطارا لازما للتقدم العلمى لأن جمع اى عدد من المبادئ والافكار العلمية لا يمكن ان تتضح معالها الا اذا وضع داخل اطار يسمح بتشكيل صور عقلية عن طريق التعميم من الحقائق العلمية التفصيلية اى باستقراء التفاصيل التى تظل بدون هذا الاطار مجموعة متناثرة الحقائق الصغيرة لا ربط بينهما ولا تسمح بتناثرها بالتقدم العلمى عن طريق البحث المتعمق .

#### مراحل استحداث النظرية الجديدة : -

تتطلب البحث العلمى ست مراحل لنشوء النظرية : -

(١) **الشاهدة** : تبدأ المعلومات العلمية بالحقائق التى يتم جمعها عن طريق الشاهدة الدقيقة للوقائع والحادثات والظواهر عددا معينا من السنوات .

(ب) **تحديد المشكلة** : ان المشاهد لا يستطيع الاستمرار فى ملاحظاته دون أن يدفعه الفضول الى معرفة أسباب تحقيق الوقائع والظواهر التى يشاهدها . وتصبح مشكلته هى اكتشاف نظام العلاقة الذى يربط هذه الوقائع بعضها البعض . ويبدأ بالتالى فى تشخيص المشكلة وتحديدتها على اساس قانون السبب والنتيجة .

(ج) **جمع وتصنيف المعلومات الجديدة** : ويقدر ما يجمع المشاهد او الباحث من معلومات وحقائق ويبدأ فى تصنيفها وترتيبها ، بقدر ما يصبح اقرب الى العثور على اجابة لتساؤلاته للمشكلة التى حددها .

(د) **التعميم** : اذ يصبح المشاهد باحثا فى الظاهرة التى يجمع الحقائق حولها ، وبعد ان يتم جمع كل ما يستطيع من المعلومات ووقائع حول مشكلته ويصنفها

( ١ ) بحثنا فى نظرية السياحة نشرة المركز الدولى للتدريب التابع لمنظمة العمل الدولية فى سبتمبر

. ١٩٦٩

تصنيفا عمليا ، فانه يبدأ في اكتشاف السمات المتكررة والعلاقات المتطابقة بين هذه الحقائق والتي يمكن ان يضعها في صورة قوانين علمية ثابتة .

(هـ) **وضع فرض معين** : الفرض هو نظرية مبدئية . فالباحث يضع فرضا او فروضا يمكن ان تفسر القوانين العلمية التي اكتشفها .

(و) **الاختبار والتحقيق** : وهذه هي آخر مرحلة من مراحل تكوين النظرية وهي مرحلة الاختبار للفرض الموضوع عن طريق البحث عن حقائق جديدة يمكن لهذا الفرض ان يحكمها ليتبين مدى ملاءمة الفرض الذي وضعه لتفسير تلك الحقائق او الوقائع . فاذا نجح في ذلك فانه يكون قد توصل الى نظرية علمية مقبولة .

ويجب التنويه الى انه لا توجد نظرية علمية يمكن ان تقدم حولا نهائية لكل الظاهرة التي نحن بصدد دراستها ولكنها تبين وتشرح فقط الى طريقة عمل قانون علمي او اكثر من القوانين المتعددة والتي تحكم تلك الظاهرة .

والسياحة ليست مجرد نشاط انساني ولكنها نشاط اجتماعي انساني من نوع خاص يمثل جنسا يتفرع منه انواع كثيرة قد يحكم كل نوع قانون علمي او اكثر . ولانها ظاهرة انسانية فانها تتصل اتصالا وثيقا بالعالم الداخلي للسائح اى داخل نفسه ، وعالقه الخارجى اى العوامل الخارجية التي تؤثر عليه فتدعوه الى زيارة دولة معينة دون اخرى او منطقة دون اخرى . ولذلك فان دراسة واعية للحاجات الانسانية وتدرجها سواء اكانت حاجات اساسية او حاجات مكتسبة وللدوافع للسفر وهي سلسلة مترابطة من النبضات السيكولوجية والاجتماعية . وكل ذلك امر واجب لتفسير النظرية السياحية .

### **تجريد السياحة (١)**

ولكى يمكن بناء نظرية السياحة على اساس علمي يجب ان تقوم بتشريح الظاهرة السياحية لكي نبرز عناصرها الاولى والاساسية التي لا تقوم بدونها . فمن الناحية العضوية يمكن تجريد الظاهرة السياحية الى العناصر الآتية : -

(١) **عنصر حركي** Dynamic وهو فصل الانتقال من مكان الى آخر (الرحلة)

(ب) **عنصر ثابت** Static وهو الإقامة في الدولة او المنطقة المسافر اليها .

وهذا العنصر لا يتصف بالثبات المطلق اذ قد يتضمن انتقالات وزيارات داخلية ولكنه ثابت ثبوتا نسبيا بالمقارنة مع العنصر الاول .

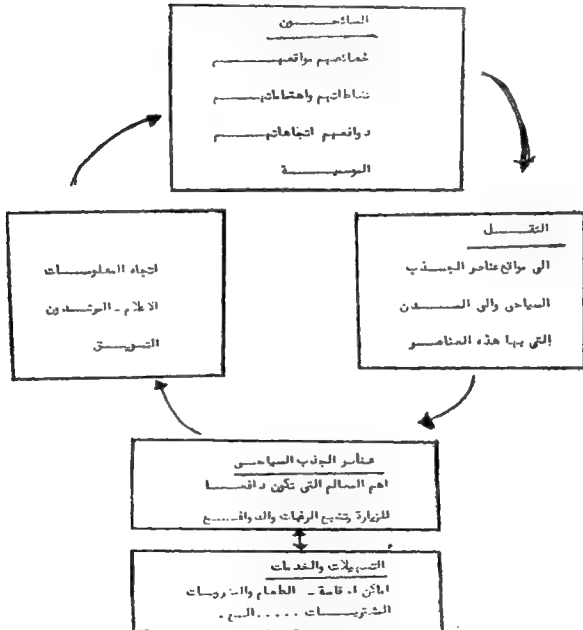
---

(١) بحثنا في نظرية السياحة سبتمبر ١٩٦٩ المرجع السابق .

## النظام السياحي الوظيفي :

ذهب الدكتور CLARE GUNN الأستاذ بجامعة تكساس بالمریکا في كتابة « التخطيط السياحي » ( ١٩٧٩ ) الى ان تجريد السياحة الى عناصرها الاولى يبيط اللثام عن نظام مركب من خمسة عناصر اساسية هي :

- ١ - السائح TOURIST
- ٢ - اتجاه المعلومات INFORMATION DIRECTION
- ٣ - النقل TRANSPORTATION
- ٤ - عناصر الجذب السياحي ATTRACTIONS
- ٥ - التسهيلات والخدمات FACILITIES



وأوضح الأستاذ كليجا أن هذه العناصر الخمسة بتفاعل كل مع الآخر بحيث يؤثر كل منهما في الآخر تأثيرا متبادلا - وأضاف أن هذه العناصر هي الأساس في كل تخطيط للتنمية السياحية بحيث يجب أن تنصب مجهودات التخطيط على كل عنصر من هذه العناصر وهذا في نظر الأستاذ الأمريكي هو الأساس لضمان الوحدة والشمولية في دراسة السياحة لفهم كافة القوانين والاتجاهات التي تحكم ظاهرة السياحة في العالم .

وان أي اتجاه لدراسة السياحة بطريقة مجزاة غير شاملة كدراسة الفنادق والطيران والدعاية والإعلان كل من ناحية من شأنه أن يضل الباحث المعنى بتخطيط التنمية السياحية لأنه سيفقد العامل المشترك الذي يربط التفاعل بين كل هذه العناصر .

وهذان العنصران يعجزان وحدهما عن إنتاج ظاهرة السياحة إذ يجب لكي توجد هذه الظاهرة من توفر عنصرين آخرين هما :

( ج ) عنصر الإنسان : وهو فاعل عنصرى الحركة والنبات .

( د ) مجموعة العناصر الظرفية وتتكون من : عناصر طبيعية وجغرافية

وبئية : -

— عناصر تاريخية وحضارية .

— عناصر التسهيلات والخدمات السياحية اللازمة لاستقبال السائحين والتعامل معهم مما يجعل إقامتهم مرضية ومحقة لأهداف الرحلة .

— عناصر تنظيم وإدارة .

— عناصر النقل السياحي ووسائله .

ويجب تفسير الظاهرة السياحية - في ضوء العناصر السابقة - على أساس قانون السبب والنتيجة فالتأثير المتبادل بين هذه العناصر بالتطبيق على دولة معينة هو مجال حيوى من مجالات البحث السياحي المتعمق .

وبمقارنة هذا النظام الوظيفى للسياحة مع ماشرحنه من تجريد السياحة الى عناصرها العضوية الأساسية نجد أن عنصرى الإنسان والمجموعة الظرفية هما المقابلان للعناصر الخمسة التي اقترحها الدكتور كليجا ولا تختلف النظرتان كثيرا .

## الفصل الثالث

### ضوابط التخطيط السياحي

يتم التخطيط عبر مراحل ثلاث تمثل أسئلة ثلاثة هي ما هو الوضع الحالي ، وما هو الوضع المستهدف ، وكيف يمكن الانتقال من الوضع الحالي الى الوضع المستهدف ؟

اولا - ما هو الوضع الحالي :

وللإجابة على هذا السؤال ، فان الامر يقتضى تقدير موقف يصد بمشابة صورة فوتوغرافية اخذت في لحظة زمنية معينة ، وبالتطبيق على قطاع السياحة فان تقدير الموقف يمكن ان ينطلى الاتى :

— تحليل الطلب ( الحالى والمستقبل )

— تحليل العرض ( الحالى والمستقبل ) علاوة على تحليل الانشطة التنافسة .

— التطورات المستقبلية المتوقعة .

— مخزون الموارد .

— تحليل عناصر القوة والضعف .

كما يتم ايضا دراسة عناصر التكلفة وتغيراتها النسبية من نقطة وصول الى اخرى ومن سوق سياحي لآخر ، ومن ثم فاذا كانت معدلات التضخم في ايطاليا هذا العام حوالى ٣٠٪ مما يفوق نسبة التضخم في بلد سياحي آخر كاسبانيا مثلا ، فان هذا سيؤثر بلا شك على مستويات الطلب السياحي على ايطاليا .

كما ان تأثير العنصر السياسى لا يمكن اغفاله ، حيث ترتبط حركة السياحة بمدى الاستقرار السياسى ، فمثلا الفوضى السياسية التى حدثت في البرتغال في عام ١٩٧٤ وتزايدت بعد ذلك لا شك ادت الى تأثير سلبى على نصيب البرتغال من اجمالى عدد السائحين في العالم .

علاوة على ذلك فان دراسة التطورات التى تطرأ على عناصر ووسائل الانتقال الجوى والبحرى والبرى ، امر غاية في الاهمية ، فالتطورات التى طرأت على وسائل النقل الجوى كظهور البوينج ٧٠٧ منذ الخمسينات ، فقد اثر بشكل ما على وسائل النقل البحرى ، فيما يحقق النقل عبر المحيطات .



التطورات المستقبلية المتوقعة وتتضمن الآتى :

#### ١ - الدول المصدرة للسائحين

- اتجاهات اقتصادية ، نمو ام كساد .
- اتجاهات السفر ، أفراد ، مجموعات ، سيارة او انتقال جماعى .
- اوقات الفراغ .
- السكان .
- الهيكل الطبقي والوظيفى .

#### ٢ - الاتجاهات التكنولوجية

اختراعات جديدة فى وسائل النقل ، التغذية ، التسويق ، او التمويل والتي قد تؤثر على صناعة السياحة ، مثل كافتريات الخدمة الذاتية ، القطارات السريعة عابرة المدن ، الشلاجات ، ماكينات تنظيف الاحذية ، بطاقات الائتمان ، مراكز الحجز التي تعمل بالحاسب الالى ... الخ .

#### ٣ - الاتجاهات الهيكلية فى صناعة السياحة

- اتجاهات تكاملية بين شركات الطيران وشركات الفنادق ( مثل تكامل بان اميركان مع شركة انتركونتينتال للفنادق ، واير فرانس مع الميريديان ) .
- انشاء الموتيلات ، الشقق الفندقية ، القرى السياحية ، فنادق المطار ، مناطق للكارفانات . الخ .

#### ٤ - اتجاهات استهلاكية وبيئية

- تشريعات للتغذية والمشروبات خاصة بالصيفيات ووسائل الحفظ .
- تشريعات خاصة بتنسيق الموقع .
- تشريعات خاصة بتلوث الهواء والضجيج .
- تشريعات خاصة بالاعلانات .

#### مخزون الموارد :

— لابد من التخطيط على مستويات مختلفة ، بالنزول ابتداء من المستوى القومى ومن ثم فان تحديد مخزون الموارد المتاحة لابد وان يكون فى المقام الاول على المستوى القومى على ان تكون الموارد موضع للدراسة ذات صلة ما بصناعة السياحة .

— وان الهدف وراء تحديد الموارد المتاحة هو الآتى :

- ١ - تعيين المعوقات والمحددات التى تؤثر على الاهداف السياحية القومية .
- ٢ - تحديد نقاط القوة والضعف فى القدرة القومية على اجتذاب السائحين .

ويمكن تقسيم الموارد على المستويات التالية :

- ١ - الموارد الاقتصادية على المستوى القومى - المعوقات .
- ٢ - الموارد السياحية - نقاط القوة والضعف .

وعلى سبيل المثال ، يمكن التطبيق على بعض جزر الكاريبى كالاتى :

المعوقات الاقتصادية على المستوى القومى	المعوقات المحتملة
السكان : ١٥ مليون نسمة	محددات ومعوقات وصول السائحين
اجمالى الناتج القومى : ٧٥٠ مليون دولار .	الحاجة لمصادر النقل السياحي .
العجز فى ميزان المدفوعات : ١٥ مليون دولار سنوياً .	
المدن الرئيسية : العاصمة ٣٠٠ الف نسمة ٢٠٪ من اجمالى السكان .	الحاجة لاستغلال وعدم مركزية عناصر الجذب السياحي
مدن أخرى : ١٠٠.٠٠٠ ، ٦٠.٠٠٠ .	عدم كفاية نقاط الوصول .
المطارات : عددها اربعة منها مطار دولى .	
موان : عددها ثلاثة ، منها ميناء مجهز للعبارات .	الحاجة للنمو الصناعى ( مدى تعارض ذلك مع قطاع السياحة)
الصناعة : ٢٠ وحدة انتاج يمثل انتاجها حوالى ٣٠٪ من اجمالى الناتج القومى .	الحاجة لخلق فرص عمل اضافية
البطالة : حوالى ٨٪ .	الخطر الناشئ من ضعف القدرة التنافسية
الطرق : ٢٥٠٠ ميل ( منها ٣٠٪ ممهدة ) .	ومحددات السعر .
السكك الحديدية : ٨٠٠ ميل .	
التضخم : ٢٥٪ سنوياً .	
مستوى الاسعار : اقل من فنزويلا واولى من المكسيك .	عدم كفاية التدريب المهنى ، ووجود ثغرات تعليمية .
عدد الاسرة : ٤٠٠٠ سرير .	
مدارس التدريب المهنى السياحي : لا يوجد	
الجامعات : عدد ٢	
كليات فنية : عدد ٦	

وبالنسبة للجزء الثانى والخاص بالموارد السياحية وتحديد نقاط القوة والضعف وبالتطبيق على نفس المكان ( جزر الكاريبى ) ، يمكن على سبيل المثال ملاحظة الآتى :

#### نقاط الضعف :

عناصر الالفاء .

- نظام حكم مجتمع ديكتاتورى .
- تواجد امراض الناموس .

#### عناصر غير مرضية :

- ضعف الامكانيات الصحية .
- ضعف مستوى المرافق .
- اجراءات الدخول .
- اجراءات تغيير العملة المعقدة .
- اجراءات الوقاية الصحية المطلوبة .

#### نقاط القوة :

#### عناصر مرضية :

- طيبة الشعب الطيبة .
- اللغات التى يتكلمونها ( دولية ) .
- لم يستغل المكان بعد استفلا كافيا .

#### الموقع والاتصالات :

- قلة تكلفة الوصول اليها من امريكا الشمالية ، امريكا الوسطى ، فنزويلا كولومبيا ، والمكسيك .
- ارتفاع تكلفة الوصول اليها من اوروبا .
- مستوى الطرق الرديء .

عناصر الجذب السياحى .

#### التماخ :

- شمس ساطعة لاكثر من ٢٠٠ يوم فى السنة وتتراوح درجة الحرارة بين ٢٠ - ٢٥ م .
- نسبة الرطوبة مرتفعة .
- اعاصير لمدة شهرين من كل عام .
- تلوث خفيف للغاية .
- عدم توافر مناطق مجهزة للتنزحلق على الجليد .

#### الموارد الطبيعية :

- الجبال .
- الفسبات .
- شواطئ ذات رمال بيضاء .
- صيد فى الاعماق .
- شلالات مياه ذات مناظر خلابة .
- اسماك مدارية .
- حيوانات برية وتماسيح .
- انتشار سمك القرش على الشواطئ الشرقية .
- عدم وجود تنظيم كاف لتشجيع رياضة الصيد فى الاعماق .
- ضعف مستوى الخدمة بالفنادق المتوسطة .
- عدم كفاية عدد الفنادق ذات الثلاث نجوم .

#### الموارد الانشائية :

- معابد قديمة .
- فن معمارى قديم وحديث .
- قلاع عسكرية من القرون الماضية .

### تراث ثقافى :

- فن شعبى شيق للغاية .
- موسيقى ذات وقع طيب .
- كرنفالات رائعة .

### عناصر اخرى :

- صناعات يدوية جيدة .
- لا توجد صناعة ملابس واذواق محلية .
- صناعات محلية طيبة .
- اثاث محلي جذاب .
- تسهيلات شحن غير كافية .
- فواكه للذيدة .
- بيروقراطية الجهاز الادارى .
- امانة الشعب ، حيث لا توجد — ارتفاع مستوى الاسعار عن قيمة سركات .
- ارتفاع مستويات الضجيج .
- الاشياء الفعلية .
- الانتقال من هذا المثال الخيالى الى حالة اكثر واقعية ، يمكن ان نضيف الاآتى :

### التراث التاريخى :

- الاماكن التاريخية .
- المتاحف .

### التراث الدينى :

- مراكز الاديان ( الفاتيكان — مكة المكرمة ) .
- الحجيج .
- الاحتفالات الدينية .

عناصر الجذب التى يصنعها الانسان .

- منتديات الترفية ( تيفولى — ديزنى لاند — ... الخ ) .
- الصوت والضوء .

— الرحلات النهرية ( رحلات الميسبى ) .

— النماذج المصغرة المدن .

— حدائق النباتات ، ومزارع الزواحف .

— حدائق الحيوانات وغابات السفارى .

### المعارض التجارية والمؤتمرات :

كمعارض السيارات ، ومعارض التحف الاثرية .

ومن ثم فان مصادر الجذب السياحى يجب تحديدها ، وتحليلها حتى يمكن تحديد نقاط الضعف فيها ومعالجتها ، واتخاذ الخطوات التى تكفل تصحيحها ، ويجدر الاشارة فى هذا الصدد أيضا ، ان هذا الحصر لمخزون عناصر الجذب السياحى المتاحة يجب ان يتم سنويا ، ويتم تعديله وتحسينه أولا بأول ، للمحافظة على نوعية

المنتج السياحي المتاح ولضمان كفاءة برامج التسويق المتوط به للحفاظ على القدرة التنافسية في السوق الدولي للسياحة ، كذلك فإن الملاحظة المستمرة لعناصر الجذب السياحي يمكن أن توفر وسيلة إنذار مبكر في حالة حدوث أى تدهور لأى عنصر من العناصر المتاحة ، سواء كان عنصرا هاما أو غير ذى أهمية ، فعلى سبيل المثال ليس هناك نفع من إنشاء مطار دولي على أعلى مستوى إذا لم تكن الخدمات المكملة الخاصة بهذه الخدمة الرئيسية متوفرة مثل توفر كفاءة خدمة نقل الحقائق وهذا يعنى أن الموقوفات الصغيرة قد تؤدي الى إلغاء النفع المتولد من الاستثمارات الضخمة .

ويجب على الدولة إصدار التشريعات اللازمة الخاصة بكل العمليات التى يحتاجها السائح منذ لحظة وصوله وحتى مغادرته حتى يسهل حركة تدفق بل وزيادة عدد السائحين القادمين الى إقليم الدولة .

وبذلك يصبح من الضروري استمرار الرقابة على كفاءة كل عنصر من عناصر المخزون المتاح من الموارد لدى الدولة ، حتى يتسنى لنا معرفة مركزنا التنافسى في مواجهة الدول السياحية الأخرى ، وتصحيح أو تعديل أو تطوير ما قد يحتاج الى ذلك . من ثم يصبح إزالة كل عقبة خاصة بأى عنصر من العناصر في حد ذاته هدفا تخطيطيا يجب السعى لتحقيقه .

### ثانيا - ما هو الوضع الحالى المستهدف :

للإجابة على هذا السؤال يمكن القول بتحديد الخطوط العامة للوضع المستهدف من الخطة القومية للدولة . والخاصة بتنمية قطاعات الدولة الاقتصادية المختلفة ، كما يجب أن توضع خطة قومية للسياحة في إطار الخطة القومية العامة للدولة ، بصرف النظر عما إذا كانت هذه الدولة ذات اقتصاد مركزي موجه أو اقتصاد حر . ويمكن ذكر بعض الأهداف التى قد تتضمنها الخطة العامة للدولة والتى يمكن تطبيقها على قطاع السياحة على الوجه الآتى :

- ١ - جذب الاستثمارات الأجنبية والفن التكنولوجى ( وعلى سبيل المثال في قطاع الفنادق ) .
- ٢ - زيادة عوائد النقد الأجنبى ( وقد لعبت عوائد النقد الأجنبى في اسبانيا والمتولدة من قطاع السياحة دورا هاما في تنمية جزء كبير من تكلفة الواردات الاجمالية ) .
- ٣ - تنشيط عمل « المضاعف » بالنسبة لسائر القطاعات الاقتصادية .
- ٤ - خفض نسبة البطالة وذلك بخلق فرص عمل جديدة ، وخاصة في قطاع السياحة .
- ٥ - الحفاظ على التقاليد والعادات وتقليل الفجوة الحضارية .
- ٦ - الحفاظ على البيئة والسيطرة على التلوث .
- ٧ - تحقيق مستوى متوازن من النمو الاقتصادى .
- ٨ - التحكم في الموجات التضخمية الموسمية في الاقتصاد القومى عن طريق

## استراتيجية علمية للتسويق السياحي .

- ٩ - تحديد نسب واعداد وصول السائحين بالنسبة لاجمالى سكان الدولة ، حفاظا على الطابع الحضارى والاجتماعى للدولة .
- ١٠ - منع الأنشطة الصناعية من الزحف فى مناطق معينة ذات قيمة سياحية .
- ١١ - توسيع الافق الفكرى والحضارى لشعبها .
- ١٢ - تنمية القوى البشرية والمهارات الادارية فى قطاع الخدمات .
- ١٣ - تنمية صناعات تصدير جديدة الى جانب السياحة ومرتبطة بها . مثل صناعات الاثاث التذكارات ، الصناعات اليدوية ، الملابس ، الزهور ، والماكولات ... الخ .

## ثالثا - كيفية الانتقال من الوضع الراهن الى الوضع المستهدف :

وللاجابة على هذا السؤال ؛يا كان مستوى التخطيط فان المخطط يجب ان يضع فى خطته : -

- اهداف هذا المستوى من التخطيط والتنظيم للنشاط .
- وسائل تحقيق هذه الاهداف ( برنامج استثمار ، وسائل تسويق ... الخ ) .
- تحليل التكلفة والعائد لكل عمل مخطط ( تكاليف استثمارية ، تكاليف جارية ، العوائد نسب التضخم ، ووسائل بديلة لاستثمار النقود ، او تكلفة الفرصة البديلة ) .
- توزيع المسؤوليات على الافراد القائمين على عملية الخطة .
- الوقت المتاح لكل عنصر من عناصر الخطة .
- الميزانية النقدية المتاحة والمخصصة لكل عنصر ، وكيفية توفيرها .
- وسائل التحكم لقياس مدى التقدم الذى تحقق بالمقارنة لما هو مخطط فعلا وقياس هذه الفروق وشرح اسباب هذا الاختلاف ، ويمكن استخدام هذه النتائج فى وضع تقرير موقف ما يستخدم فى المرحلة التالية من التخطيط .
- ويمكن تقسيم مستويات التخطيط السياحي الى خمسة اقسام : -

### ١ - المستوى الاول : الخطة الشاملة القومية

وهي التى تحدد الاهداف والوارد المتاحة على المستوى القومى وعادة ما تمتد لفترة ما بين ٥ - ١٠ سنوات .

### ٢ - المستوى الثانى : الخطة القومية للسياحة

هى التى تحدد الاهداف المرجوة فى قطاع السياحة بطريقة شاملة وتفصيل ضوابط التنمية السياحية وبرامجها وتمتد ما بين ٤ - ٦ سنوات .

### ٣ - المستوى الثالث : الخطط الإقليمية او القطاعية

#### القطاعية

#### الإقليمية

وهي الخطط الخاصة لمنطقة جغرافية وهي الخطط التي توضع في قطاع أو  
نشاط معين يتصل بالسياحة بطريقة  
مباشرة أو غير مباشرة .

### ٤ - المستوى الرابع : البرامج

وهي عادة ما تكون مجموعة من مشروعات معينة يراد إنهاؤها في خلال سنة  
مالية معينة ، وهذه البرامج قد ترتبط بمنطقة معينة أو بعدة مناطق .

### ٥ - المستوى الخامس : المشروعات

والمشروع هو عنصر مستقل في برنامج سنوي معين بقطع النظر عن امكان انهاءه  
خلال السنة المالية او لا اذ يمكن ان ينقسم المشروع الى عدة مراحل وتعتبر كل  
مرحلة منها مشروعا .



## الفصل الرابع

### مكونات الخطة السياحية الشاملة

ان من ابجديات التخطيط السياحي ان تكون الخطة السياحية القومية جزءا لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة ، وبالتالي يجب ان تستند الى ذات الاسس التي تستند اليها تلك الخطة في ضوء الأولوية التي وضعت فيها السياحة بالنسبة الى قطاعات التنمية الأخرى كالصناعة والزراعة والبتروك والتعدين وغير ذلك .

فيجب ان تحدد الدولة اذا ما كان اهتمامها بالسياحة يصل الى اعتبارها قطاعا انتاجيا هاما يدخل في منافسة مع القطاعات الانتاجية المصار اليها بعد اجراء تقييم شامل لمستقبل كل هذه القطاعات بناء على المقومات الطبيعية والخبرة الفنية والإدارية المتوفرة وغير ذلك من عناصر فرعية كعنصر المنافسة من الدول المجاورة او من الدول الأقرب الى الاسواق التي تصرف فيها هذه السلع او المنتجات .

ويلاحظ انه يجب التفرقة بين كون السياحة صناعة خدمات Services Industry وهو ما تختلف فيه عن الصناعة التحويلية او الاستخراجية وبين اعتبارها مجرد قطاع خدمات . وذلك لأن خطة التنمية السياحية تعتمد اول ما تعتمد على بنية المرافق الأساسية Infrastructure ووجوب توفرها قبل البدء في تعمير منطقة ما واعدادها مساحيا ( وبنية المرافق الأساسية تشمل الطرق ووسائل المواصلات وتوفير مياه الشرب والكهرباء وخطوط التليفونات وغير ذلك ) .

فاذا ما تبين انها تستاهل هذا الإعداد وتجهيزها بالفعل ، فان السياحة بعد ذلك تعتبر قطاعا اقتصاديا انتاجيا لانها تدر دخلا للدولة بالعمولات الحرة ولانها في ذات الوقت مجال خصب لتنشيط الدورة الاقتصادية داخلها عن طريق الأثر المضاعف للسياحة .

ولانها تساهم على قيام وتنشيط صناعات جانبية كثيرة كصناعة الفنادق بكل ما فيها من تفضيلات وجزيئات ، وصناعة التذكارات السياحية والملاهي والكازينوهات بل وتنشيط صناعات أخرى قد تبدو بعيدة عن مجال السياحة كصناعة



النسوجات والاختشاب والتشسيد والصناعات الغذائية وغير ذلك لان زيادة السائحين يعنى زيادة استهلاك هذه المنتجات .

ولا يفهم من كل ما تقدم ان الخطة القومية للسياحة في الدولة لا تتضمن الا خطة النهوض بالمناطق السياحية الموجودة بالدولة واعدادها اعدادا سياحيا شاملا متلائما مع الحركة السياحية وانما تشمل فضلا عن ذلك كافة جوانب العمل السياحي Tourist Action بحيث تحقق نموا متوازنا لكل هذه المجالات حسب الحاجة وبما يتلاءم مع اتجاهات الحركة السياحية .

فالخطة القومية للسياحة يجب ان تتضمن :

#### ( ا ) التسهيلات السياحية :

وهي اجراءات الحدود التى تتبع مع السائحين من السلطات المختلفة كالجوازات والجمارك والنقد والحجر الصحى وغير ذلك .

#### ( ت ) التسويق السياحي :

باستخدام استراتيجية تسويقية متكاملة خارجيا وداخليا وما اذا كان يقوم بوضعها وتنفيذها جهاز السياحة الرسمى مباشرة وبصورة مركزية او تقوم بها المكاتب السياحية والاعلامية والخارجية والى اى مدى تكون هذه المكاتب متمتعة بحرية في الحركة واستقلال في العمل ، وما اذا كان يحسن الاستعانة بمكاتب اجنبية للعلاقات العامة لتساعد في برامج التسويق المتكامل في بعض الاسواق السياحية وخاصة الاسواق التقليدية كالبلاد الاسكتلندية وبريطانيا والمانيا وفرنسا .

#### ( ج ) التنظيم الادارى السياحي الداخلى :

بمعنى وضع التنظيم الحكومى او غير الحكومى الذى يتلاءم مع امكانيات البلاد وظروفها فيشمل حجم السلطة الرسمية للسياحة وكيانها ( وزارة او هيئة او اتحاد او جمعية قومية للسياحة وغير ذلك ) وما تتضمنه هذه السلطة من ادارات واقسام يعليها مدى التدخل الذى تباشره هذه السلطة في صناعة السياحة . وكذلك يجب ان تتضمن خطة التنظيم السياحي تحديد احتياجات الدولة من اجهزة التنسيق بين مختلف قطاعات الدولة التى يتصل نشاطها بصناعة السياحة . فيجوز للدولة ان تنشئ لجنة وزارية للتنسيق او مجلسا اعلى للسياحة يقوم بهذه المهمة التنسيقية بين الوزارات المختلفة . على انه يشترط في هذا الجهاز ان يكون فعلا ونشطا والا يكون في قيامه بمهمته اى ازدواج لاعمال اجهزة اخرى ينشأ بينه وبينها التضارب .

ويجب الا ننسى انه قد تدعو الحاجة احيانا وخاصة في الدول الفيدرالية او الدول الموحدة التى تتبع نظام الحكم المحلى - لانشاء اجهزة اقليمية للنهوض

بالسياحة في اقاليمها التي تتمتع بمقومات ومزايا سياحية تجعلها مقصداً للسائحين . فاول ما يهم في هذا المجال ان تحدد اختصاصات هذه الاجهزة ومدى تبعيتها لكل من سلطة السياحة الرسمية في الدولة واجهزة الحكم المحلي التي نشأت في ظلها اذ غالبا ما يقوم تداخل ونشأ تضارب بين اختصاصات هذه الاجهزة واختصاص جهاز السياحة الرسمية ولا تكون تبعية هذه الاجهزة المحلية محددة تحديدا واضحا (١) .

ويدخل في التنظيم السياحي الداخلي ضرورة النهوض بمستوى العاملين في السلطة السياحية الرسمية والاجهزة الاقليمية على اساس اختيارهم وفقا لضوابط معينة سلفا لدورات تدريبية مستمرة تحقق استمرار محافظتهم على المستوى الذي يستلزمه التطور الدائب في مجالات السياحة العالمية .

#### (د) تحديد سياسة الدولة في مساعدة قطاع السياحة :

وهذا التحديد من المجالات الهامة التي يجب ان تتضمنها الخطة الشاملة للسياحة فكثيرا ما تكون سياسة الدولة تجاه صناعة السياحة غير واضحة يشوبها عدم التحديد .

هل تترك السياحة في الدولة للنمو العشوائي والتقدم التلقائي دون تنظيم تشريعي متكامل وخاصة وهي تستهدف لمنافسات ضخمة من دول سياحية كثيرة أم يجب أن تشجع من الدولة بطرق عديدة لحث اليها الدول الحديثة ؟ ومساعدة الدولة لصناعة السياحة بوجه عام تتمثل اولا في اصدار التشريع السياحي الشامل المنظم لهذه الصناعة بكافة جوانبها Tourist Basic Law والقرارات التنظيمية الاخرى التي يكون مجال الكلام عنها في اطار خطة التنظيم السياحي .

#### (هـ) تنمية النشاطات النوعية في صناعة السياحة :

يجب أن يخصص مكان في الخطة الشاملة لتنمية كل من القطاعات السياحية الهامة بعد تحليل البيانات المتوفرة عنها ونسبتها الى الحركة السياحية المتوقعة للبلاد خلال سنى الخطة . واهم هذه القطاعات هي الفنادق واماكن الإقامة التكميلية - اماكن التسلية واللهو كالنوادي الليلية والمقاهى - شركات السياحة والمرشدين - تجار العاديات والسلع السياحية - وسائل النقل السياحي من طيران وبواخر بحرية ونهرية وبرية . ولا يمكن أن تتكامل تنمية النشاطات النوعية الا بتنمية القوة البشرية التي تعمل بها عن طريق تدريب العاملين بهذه النشاطات حتى يتحقق لهم مستوى اداء مشرف يتفق مع المستويات العالمية .

---

(١) محاضرات دكتور صلاح الدين عبد الوهاب في ادارة المنظمات السياحية لطلبة بكلوريوس

السياحة بجامعة الاسكندرية عام ١٩٨٦ .

## ( و ) تحديد مجالات عمل لكل من القطاعين العام والخاص :

ويتعين ان تكون الخطة الشاملة للسياحة واضحة كل الوضوح في تحديد معالم النشاط السياحي لكل من القطاعين العام والخاص ، فيحدد مجال عمل للقطاع العام في التنمية السياحية ويحدد مجال متوازن معه للقطاع الخاص حتى يعمل هذا الاخير بدوافع تؤدي الى ازدهار حركة السياحة في البلاد لان المسلم به ان السياحة تدور أولا وأخيرا على العامل الانساني وهو السائح .

## ( ز ) خطة النهوض بالمناطق السياحية « التصنيع السياحي » :

ولعل أهم جزء تتضمنه الخطة الشاملة هو ربط الطلب السياحي الحالي والمتوقع بما يجب ان يتوفر في البلاد من عرض سياحي ولذلك فانه يجب ان يسبق التفكير في وضع خطة النهوض بالمناطق السياحية عمل مسح شامل' للمقومات السياحية المتوفرة في البلاد ويفترض هذا المسح تجميع كافة البيانات والاحصاءات عن الاسواق المصدرة للسائحين واتجاهاتهم وجنسيات السائحين الذين يقدون الى المنطقة التي تقع فيها الدولة ، وعمل' دراسة ميدانية تشمل' التعرف على مطالب هؤلاء السائحين من واقع استبيانات توزع عليهم وتحديد معالم مناطق الجذب السياحي في المنطقة وبالذات في الدول التي يزيد حجم حركتها السياحية عن بلادنا ثم التعرف على طرق الدعاية المنافسة ومقارنتها بدعايتنا .... الخ .

ثم تبدأ بعد ذلك دراسة لتحديد المناطق التي يراد تطويرها وتنميتها سياحيا كانشاء المصايف والمشاتى او قرى الاجازات او استغلال مناطق تاريخية قديمة استغلالا سياحيا حديثا او غير ذلك .... ويجب ان تتضمن الدراسة ما يلى :

## ١ - الظروف الجغرافية والطبيعية للمنطقة :

ويشمل ذلك دراسة الخصائص الطبيعية للمنطقة سواء اكانت جبلية او سهلا تقع مباشرة على شاطئ البحر او بعيدة عنه وتمتع بمقومات جذب سياحي اخرى كان يكون بها ينابيع مياه معدنية او كبريتية او حمامات طين تصلح لعلاج امراض معينة . ويدخل في هذه الدراسة موقع هذه المنطقة بالنسبة للطرق ووسائل المواصلات ومدى بعدها عن المطارات او الموانى .

## ٢ - الظروف المناخية :

من حيث توافر اشعة الشمس على مدار فصول السنة ودرجة الجو وفترات سقوط الامطار واتجاهات الرياح اذ ان ذلك يحدد المدة التي تصلح فيها المنطقة لاستقبال السائحين واستخدامات المنطقة لاي من انواع السياحة ... الخ .

## ٢ - الظروف الاقتصادية المحيطة بالمنطقة :

كان تكون زراعية أو صناعية بدائية أو متطورة ومدى إمكان تغيير هذه الظروف والتأثير فيها لكي تسد حاجات السائحين الذين يمكن أن يفدوا إليها . ويتصل بهذه الدراسة التعرف على توفر أو عدم توفر المرافق الأساسية بها كالمياه الصالحة للشرب ، والكهرباء ، وخطوط التليفون ووسائل المواصلات وغيرها فإذا لم تكن هذه المرافق الأساسية متوفرة يجب أن يدرس مدى استعداد الأجهزة الرسمية القائمة على توفر هذه الخدمات والمرافق الأساسية لمدينة المنطقة بها قبل الزمن المحدد للبداية في إعدادها وتجهيزها سياحيا .

## ٤ - الظروف السكانية والاجتماعية :

وهي كل ما يتصل بمدى كثافة السكان في المنطقة ، والمستوى الاجتماعي لهؤلاء السكان ووعيهم الثقافي والسياحي ومدى استعدادهم للقيام بالأعمال التي ستولد عن أعداد وتجهيز المنطقة سياحيا .

## ٥ - امکانات التسويق :

لهذه المنطقة وما ينتظر لها من مستقبل إذا كان لم يبدأ في إعدادها بعد أو مستقبل التوسع في إعدادها ان كانت معدة سياحيا من قبل . وتستلزم دراسة هذه الامكانيات معرفة نوع الرغبات التي تتمتع بها هذه المنطقة وصدى هذه الرغبات في الاسواق الخارجية والداخلية .

## ٦ - تحديد نوع المشروعات السياحية التي يتعين ادخالها في هذه المنطقة :

ويترتب على كل الدراسات السابقة تحديد نوع الاستغلال السياحي الذي يمكن ادخاله في المنطقة محل التخطيط . هل يستلزم الأمر بناء فنادق ؟ ومن أي طابع ؟ - ومن أي مستوى ؟ وهل تعدد مستوياتها أم يكفي بمستوى واحد ؟ وما هي الطاقة الفندقية المطلوبة ؟ هل ينشأ بها مخيمات ؟ حدائق ، نواد رياضية ؟ هل يستلزم الأمر وجود ملاعب جولف بها مثلا ؟ هل ينشأ بها مرسى للبواخر الصغيرة واليخوت اذا كانت مطلّة على البحر ؟ أو هل يستعان بالطائرات الصغيرة للوصول إليها تيسيرا على السائحين اذا كانت بعيدة ؟ وهكذا ... ويدخل في هذه الدراسات ايضا اقتصاديات المشروعات التي يتقرر انشاؤها وتحديد دور كل من القطاعين العام والخاص فيها . وبالإضافة الى كل ذلك تتم دراسة منشآت الإقامة المختلفة بما في ذلك مشروعات المشاركة الزمنية ومقارنتها بالمشروعات الفندقية أو قري الاجازات أو غير ذلك .

بعض المعلومات والبيانات التي يجب جمعها ودراستها قبل البدء في وضع  
اية خطة سياحية :

#### أولا - تحليل الطلب :

- ١ - تحليل مكونات الحركة السياحية الدولية وفي منطقة اوربا باعتبارها السوق  
السياحي الرئيسي في العالم واقرّب سوق سياحي الى بلادنا ٢٢٧٥ مليون  
سائح من ٣٤٠ مليون سائح عام ١٩٨٦ وهو ما يشكل حوالي ٦٧٪ من حركة  
السياحة الدولية .
- ٢ - دراسة كمية اتجاهات السياحة العالمية الى منطقة الشرق الاوسط والتعرف  
على جنسيات هؤلاء السائحين .
- ٣ - تحليل كمي للحركة السياحية على الدولة خلال السنوات العشر الاخيرة  
والتعرف على جنسيات هؤلاء السائحين وأهم المناطق التي يزورونها في داخل  
الدولة لتصنيف رغباتهم بقدر الامكان .
- ٤ - عمل مقارنة بين حركة السياحة اليها والى بعض الدول السياحية المجاورة  
كتركيا وقبرص والاردن واسرائيل .
- ٥ - التعرف على طرق وصول السائحين والتعرف على نسبة الواصلين عن طريق  
البر والبحر والجو .
- ٦ - التعرف على عدد ائاليى السياحة السنوية واستخراج متوسط اقامة  
السائحين من كل جنسية .
- ٧ - استخراج متوسط انفاق السائحين من كل جنسية بقدر الامكان .

#### ثانيا - دراسات ذات طابع نفسى واجتماعى « دراسة الدوافع للسياحة » :

دراسة نوع السائحين الحاليين - وطريقة تصرفاتهم ورغباتهم ، ودراسة  
رغبات السائحين في أهم الاسواق السياحية القريبة عن طريق الاستفتاءات  
والعينية .

#### ثالثا - مميزات العرض الحالى :

##### ( ١ ) بيانات عامة :

- جرد للمرغبات السياحية الموجودة بالبلاد طبيعية وثقافية وتاريخية ودينية  
وعلاجية .
- الموقع الجغرافى للمعالم السياحية ومناخ مناطقها ومدى شعور أهل المناطق  
نحو السائحين .
- مدى توفر المرافق الأساسية كالمياه والكهرباء والطرق والتليفونات والأسواق  
وغير ذلك .
- حصر المناطق السياحية غير المستغلة والتي يحتمل امكان استغلالها ومزاياها .

## ( ب ) موقف صناعة الفنادق :

- عدد الفنادق — الطاقة ومدى قدرتها على الاستيعاب — تقييمها وتحديد مستوى الخدمة فيها — مدى النقص في تنظيم المهنة .
- احصاءات فندقية في المناطق السياحية المختلفة تتعلق بنسب الاشغال ونسبة التردد وتوزيع السائحين حسب الجنسية .
- حساب الاستغلال في صناعة الفنادق ، تحديد النقطة الحدية للفنادق ، الإيرادات الحقيقية ، المصروفات .

## ( ج ) الإقامة في غير الفنادق :

- الإقامة التكميلية : الشقق المفروشة — البنسيونات — القرى السياحية .
- المعسكرات والخيمات وبيوت الشباب ... الخ .

## ( د ) تنظيم ونشاط قطاع المواصلات والخدمات اللحقة به :

- النقل الجوي ( عدد الشركات العاملة على الخطوط الجوية الى الدولة — عدد الرحلات الاسبوعية لكل شركة — متوسط الامتلاء ، اتجاه المسافرين بعد نزولهم في القاهرة — معرفة الاسعار — رقم الاعمال .. الخ ) واخيرا مدى كفاية النقل الجوي الداخلى لاستيعاب اعداد السائحين الدوليين والداخليين للانتقال الى المزارات المختلفة .
- الشركات التى تتعامل في الطائرات المؤجرة للرحلات السياحية وعدد هذه الرحلات الاسبوعية — وعدد السائحين القادمين عليها .
- النقل البحرى ( عدد البواخر الاسبوعية او الشهرية وجنسياتها — عدد المسافرين القادمين الى الموانئ المصرية عن طريقه ١- الاسعار ) .
- النقل البرى ( عدد السيارات العامة القادمة من ليبيا — السيارات الخاصة القادمة من نفس الاتجاه وعن طريق البواخر — حالة الطرق الموصلة للمناطق السياحية اشارات المرور على الطريق — دراسة التفرعات الموسمية — الاستراحات والفنادق والكافيتريات على الطرق — محطات البنزين ومدى كفايتها — محلات بيع معدات ولوازم التصوير .. الخ ) .
- مدى استعداد المطارات والموانئ لاستقبال السائحين وتقديم خدمات ممتازة وسريعة لهم .

- ( هـ ) تقييم القوة البشرية العاملة في قطاع السياحة بالأجهزة الرسمية وغير الرسمية ، ومدى قدرة المعاهد السياحية المتخصصة ومراكز التدريب على تخريج جيل قادر على رفع مستوى الاداء في الخدمات السياحية .

( و ) محلات الترفيه وقضاء اوقات الفراغ النهارية والمسائية تدخل فيها الملاهي والكازينوهات ومدى تميزها بالطابع العربي والتواى الرياضية ، وكذلك المطاعم والمسارح ودور السينما واماكن الرقص والحفلات الفولكلورية وغير ذلك .

( ز ) منظمى الترتيبات السياحية الارضية كشركات السياحة وشركات تاجر السيارات الخاصة والمرشدين والمضيفات وغيرهم .

( ح ) مكاتب الاستعلامات والدعاية السياحية فى الداخل . . ويدخل فيها الجمعيات والاتحادات السياحية مثل نادى السيارات ونادى الرحلات وغير ذلك .

( ط ) مدى كفاية اصحاب الحرف الاخرى التى يمكن للسائحى الاتصال بهم كمحلات التجميل للسيدات ومحلات الملابس والتصوير والنظارات الطبية ومحلات بيع ادوات الرياضة والمكتبات ومحلات بيع الدخان بأنواعه وصناعات السجاد والموبيليا ذات الطابع الشرقى .

( ى ) محلات بيع التذاكر السياحية وامكنة تصنيع هذه التذاكر والعاديات .

( ك ) التقاليد والعادات السائدة فى المناطق السياحية المختلفة .

( ل ) المناسبات الخاصة كالمهرجانات والمعارض والاسواق الدولية وغير ذلك .

**وأخيرا - مدى امكان تنمية الطلب السياحى على الدولة والتاثير فيه :**

( أ ) دراسة اتجاهات الطلب السياحى العالمى والاقليمى .

( ب ) دراسة الاتجاهاات الحديثة فى الدعاية ومدى تنوع أساليبها بتنوع اذواق الشعوب والاقوات الملائمة لتركيز الدعاية بحيث تؤثر فى اتجاه السوق .

( ج ) تقسيم السائحىن المحتملين بحسب السن ، والجنس ، والدخل ، والمهنة ، والمستوى الاجتماعى ، والبيئة الحضارية ( مدينة او قرية ) .

( د ) دراسة القوى المؤثرة فى السوق السياحى المحتمل لمنطقتنا العربية .

( هـ ) دراسة الطلب السياحى :

— اجمالى التنقلات بين العائلات والافراد .

— تقسيم السائحىن المحتملين الى شرائح حسب الدخل .

— قياس التنفر فى الدخل والتنفر فى الائمان وايجاد العلاقة بينهما .

— وسائل الانتقال .

— تاثير الدعاية .

— سياحة عطلات نهاية الاسبوع وسياحة الاجازات السنوية والاجازات الوطنية والاعباد .

(و) دراسة دقيقة لشركات السياحة في كل سوق سياحي محتمل وميادين نشاطها والنوادي الرياضية والاجتماعية ، والمصانع والشركات ، والجمعيات ، والجامعات والمدارس الكبيرة وغير ذلك لأن كل هذه مجالات محتملة للعمل على زيادة الطلب السياحي في البلاد ( سياحة الحوافز وسياحة الشباب ) .

#### **خامسا - الاطار العام لاجراءات وسياسة الدولة في القطاع السياحي :**

##### **( ا ) مدى الرقابة القائمة على المنشآت والخدمات السياحية :**

- الفنادق واماكن الإقامة .
- الطعام والملاهي وسائر المحلات العامة السياحية .
- الخدمات الثقافية .
- شركات السياحة ووكالات السفر .
- المرشدين .

##### **( ب ) مدى كفاية التنظيم السياحي القائم لتحقيق نمو سياحي متوازن :**

- مدى فعالية التنظيم السياحي الرسمي المركزي والاقليمي والمحلي .
- ميزانية التسويق المتكامل .
- المكاتب الخارجية وكفاية عملها .
- البحوث والاحصاء ومدى خبرة القائمين عليهما .
- وجود تشريعات حديثة تضع النقاط فوق الحروف بالنسبة للسياسة السياحية ( هل يوجد تشريع اساسي للسياحة ؟ ) .
- تقييم عمل القطاع الخاص ومدى قدرته على مواكبة العمل السياحي المتطور .
- مدى الاشتراك في المنظمات السياحية والمؤتمرات الدولية .

##### **( ج ) سياسة الدولة بالنسبة لدعم صناعة السياحة :**

##### **( هـ ) تأثير النمو السياحي على مستوى العمالة :**

- الزيادة الشاملة في العمل حسب مختلف الانشطة السياحية .
- التوزيع الجغرافي للأعمال السياحية المستحدثة .

##### **سادسا - مدى تأثير السياحة على الاقتصاد القومي :**

- ( ١ ) أين يقع مكان السياحة على خريطة المصادر الإيرادية على مستوى الدولة ؟ .
- ( ب ) الأثر المضاعف للإنفاق والأثر المضاعف للاستثمار في السياحة .
- ( ج ) مقارنة نسبة رأس المال المستثمر في السياحة مع رأس المال المستثمر في قطاعات أخرى مثل الصناعة الثقيلة والبتروك والقطن وقناة السويس وغير ذلك من النواحي المالية والاقتصادية .



- (د) القيمة المضافة الناتجة عن العمل .
- (هـ) الضرائب التي تحصل من قطاع السياحة .
- (و) مقارنة الدخل السياحي والمصروفات السياحية .
- (ز) تحليل المركز المالى لصناعة الفنادق .
- حصر الطاقة الفندقية والعمالة فيها ومستوى الأجور .
- الأسعار القائمة ومقارنتها بالأسعار الدولية السائدة فى الأسواق السياحية والأسعار السائدة فى المنطقة .
- حساب اجمالى الاستغلال الفندقى .
- مصادر الإيرادات .
- هيكل المصروفات الثابتة والمتغيرة .
- قياس انتاجية صناعة الفنادق فى ضوء القيمة الدولية للنتاج واستخراج نقاط الضعف .
- مدى التعامل مع القطاعات الأخرى .
- اجمالى الاستهلاك .
- أسس وضع الميزانية .
- المواسم السياحية واثرها على الاستغلال الفندقى .
- تحليل تكلفة البناء والتجهيز وهيكل المصروفات .

#### سابعاً - مصادر التمويل المتاحة :

- التمويل من الدولة والسلطات العامة .
- التمويل من القطاع العام .
- التمويل من القطاع الاستثمارى المشترك والقطاع الخاص .
- التمويل من البنوك الوطنية والبنوك الأجنبية وقروض التصدير من الدول الصناعية الكبرى مثل الولايات المتحدة Exp. Import Bank وبريطانيا EOGD وفرنسا COFAS والمانيا الغربية HERMS والنمسا Control Bank .
- ثم تجرى بعد ذلك دراسة المشروعات السياحية التى يراد ادخالها ضمن اطار الخطة وفقاً للقواعد التى ذكرناها فى التخطيط .



# الباب الخامس

## ميكانيكية التخطيط ومراحله واتجاهاته

### الفصل الأول

#### الأنماط المختلفة للتخطيط

بدا تطور التخطيط منذ نهاية الحرب العالمية الثانية . وكان في بدايته غير معقد وفي الاطار الزمنى المتوسط اى من سنتين الى خمس سنوات . ثم سرعان ما ادخلت عليه النماذج الرياضية المتفرعة عن علم الاحصاء ونظم المحاسبة المتقدمة فأصبح علما شديدا التعقيد وخاصة بعد تطور نظم المعلومات وانتشار استخدام الكمبيوتر .

ومنذ بداية الستينات أصبح استخدام التخطيط شاملا لأطر زمنية مختلفة من الامد القصير ( سنة وستين ) الى الأجل المتوسط ( سنتين الى خمس سنوات ) الى الأجل الطويل ( من خمس سنوات الى عشر سنوات ) .

ثم تطور التخطيط مرة أخرى في السبعينات باحلال نظم المعلومات الدولية المستخدمة لنظام من النماذج الرياضية والاحصائية محل الاتجاه التقليدى المؤسس على نظم المعلومات الوطنية التى تقوم على قوانين تحكم هياكل الانتاج الوطنى التى تعتمد على جرد الموارد الوطنية ومحاولة تمثيلها للوصول الى الاستخدام الأمثل لها لبلوغ الأهداف .

وقد سمح هذا التطور الأخير في فكرة التخطيط ووسائله بتحليل وفي ذات الوقت التنبؤ بعوامل عقلانية رشيدة مرنة لتنمية مختلف القطاعات التى تشكل الحياة الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات بما تضمنه من مختلف العلاقات التى تتولد عن النظام الحياتي التكاملي للانتاج والخدمات داخل الدولة والذي يرتبط ولا شك بسائر الانظمة السائدة في دول أخرى بشكل أو بآخر مختلف المدى تبعاً لكل حالة على حدة .

وكنتيجة لذلك أصبح من الممكن الآن اعداد نماذج أو نظم مرحلية أو نظم قابلة للنقل من دولة الى أخرى وتطبيقها على الدول التى يجرى العمل التخطيطي فيها بعد تفسير هذه النماذج واعداد الأراضية اللازمة لتطبيقها على الموارد المتاحة

أو الممكنة في الدولة مع التقيد بالقيم السائدة فيها والتي يراد الحفاظ عليها والتي قد تكون مختلفة عن القيم السائدة في مجتمع آخر .

وهذا التساند والتكامل بين أنظمة التخطيط السائدة يفتح الباب مرة أخرى لتطبيق نظم التخطيط المتكامل على القطاعات الإنتاجية المختلفة داخل الدولة حتى مع اختلاف طبيعتها بشرط الاحتفاظ بتفاصيل وخصائص القطاع المراد تخطيطه وإجراء بعض التعديلات على النظام التخطيطي المتبنى .

كل هذا ينتج ما يمكن أن يسمى بالإطار التخطيطي الذي يحدد نوعية الحياة في المجتمع والتي لا بد أن تختلف من دولة إلى أخرى تبعاً لاختلاف مستواها الاقتصادي ونوع السياسة الاقتصادية والمذهب السياسي السائد فيها .



## الفصل الثانى

### التخطيط من زاوية المساحة التى يشملها

١ - **التخطيط المحلى** ( أو التخطيط التفصيلى MICRO - SCALE ) ويعنى تخطيط منطقة أو مجموعة من المشروعات السياحية والترفيهية متركزة فى منطقة معينة . ويعبر عن هذا التخطيط من الناحية الطبيعية بخرائط مقياس رسم ١ : ١٠٠٠ أو ١ : ٥٠٠٠ .

ويتوقف الأمر لمعرفة مدى كفاية هذا القياس على حجم موضوع التخطيط ودرجة التركيز وحجم الاستثمارات فيها . فقد يعنى التخطيط المحلى تخطيط منطقة ذات مساحة لا تقل عن ألف فدان أو أكثر أى حوالى أربعة كيلو مترات مربعة فأكثر . وحيث لا يجب أن يكون مقياس الرسم أقل من ذلك ، وقد تعنى مساحة أصغر بكثير بحيث لا تزيد عن عشرة أفدنة يتم فيها تنمية مشروع سياحى متكامل . ومن امثلة هذا النوع من التخطيط ما يلى :

١٦٦٨ - **سابورو فى اليابان** - ويشمل التخطيط فيها إقامة منتجع جبلى متكامل للرياضيات الشتوية بمناسبة الألعاب الأولمبية .

١٦٦٩ - **ايارزوك بأستراليا** - المنتزه القومى لجبل اولجا فى الاقليم الشمالى لأستراليا الذى خطط لتنمية السياحة .

١٦٧٠ - **قرطاج بتونس** - تخطيط لموقع ائرى لاستخدامه فى السياحة الدولية .

١٦٧١ - **بالى بإندونيسيا** - دراسة استثمارية لإنشاء منتجع سياحى .

١٦٧١ - **بويرتو فالارتي بالكسيك** - تخطيط لمنطقة ساحلية للسياحة .

٢ - **التخطيط الإقليمى** ويعنى تخطيط اقليم أو موقع سياحى يغطى مساحة تتراوح بين عدة مئات وعدة آلاف الكيلومترات المربعة ويعبر عنها فى التخطيط الطبعى بخرائط بمقياس ١ : ١٠٠٠٠ الى ١ : ٢٠٠٠٠٠ تبعاً لمساحة المنطقة أو الاقليم موضوع التخطيط .

ولا يتطلب ذلك دائماً وبطريق اللزوم الحتمى عدداً من وحدات الإقامة السياحية أكثر من العدد الذى يشمل التخطيط المحلى اذ أن هذا العدد قد يتراوح بين عدة مئات الألوف من وحدات الإقامة السياحية .

وفي هذه الحالة يلعب البعد الجغرافي الطبيعي دورا بالغ الأهمية فقد يحدث أن يركز التخطيط مثلا ثلاثين ألف وحدة إقامة في مركز تاريخي أو شاطئ البحر والذي كان موضوع تخطيط محلي ، وقد لا يشمل اقليم متسع تبلغ مساحته خمسين ألف كيلومتر مربع مثل هذا العدد من وحدات الإقامة .

والخصيصة المميزة لهذا النوع من التخطيط بوجه عام - هو أنه يتعامل مع وحدة جغرافية من النواحي التنسيقية العامة والايكولوجية حتى ولو كانت هذه الوحدة الجغرافية تتبع وحدات ادارية أو سياسية أو اقتصادية متعددة .

فالاقليم هو مساحة جغرافية تجمع خصائص معينة وشخصية متميزة بالنسبة لمشكلة أو موقف ما ، وهي أكبر من المجتمع الحضري أو السلطة الحكومية . وتركز الخطة الاقليمية على احتياجات اقليم معين عن طريق تفصيل الأهداف القومية وتنسيق العمل على المستويات الأدنى للحكومة مع ترجمة ذلك الى اشكال مساحية ووظائف انمائية مع قياس آثارهما الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والحضرية والسياسية عند تنفيذ الخطة .

ومن أمثلة هذا النوع من التخطيط ما يلي :

١٩٦٤ - كريت باليونان - دراسة للتنمية السياحية بالجزيرة .

١٩٦٤ - لانجدوك روسيلون فرنسا - مشروع تنمية سياحية لمنطقة ساحلية تمتد لمسافة ١٨٠ كيلو مترا وتغطي منطقة مساحتها حوالي ألفي كيلومتر مربع .

١٩٦٨ - الساحل الادرياتيكي ( بيوغوسلافيا ) - اعداد خطة لتنمية السياحة في السواحل الشمالية والجنوبية على البحر الادرياتيكي .

١٩٧٤ - كوبسكو ( يرو ) - خطة لتنمية منطقة ذات اهمية تاريخية وحضارية من الوجهة السياحية ، وتشمل محافظتي كوزكو وبونو .

١٩٧٦ - الساحل الشمالي الغربي ( مصر ) .

١٩٨٠ - ساحل البحر الاحمر ( مصر ) .

٢ - التخطيط القومي ويشتمل في معظم الأحوال على دراسات توجيهية على مستوى الدولة كلها ، ويعبر عنها في التخطيط الطبيعي بخرائط مقياس رسم ١ : ١٠٠.٠٠٠ الى ١ : ٢٠٠.٠٠٠ متبعا لمساحة الدولة ذاتها .

وقد يكفي التخطيط على المستوى القومي بتحديد وترشيد المستقبل السياحي للدولة بمختلف البدائل وعلى مدى سنوات عديدة مينا جردا كاملا للموارد السياحية في الدولة وتقييم هذه الموارد بالنسبة للانماط المختلفة للسياحة الدولية والسياحة الداخلية وطرق القضاء على معوقات التنمية السياحية وبدائل هذه التنمية ، وما ينتظر من تزويد مختلف اقليم ومناطق الدولة بأماكن الإقامة السياحية المختلفة ،

وما يتبع نحو تسويق المنتج السياحي للدولة في أهم الأسواق المصدرة للسياحة بعد تحليل الطلب من هذه الأسواق وبيان خصائصه وشرائحه المختلفة ... الخ .  
ولذلك فإنه يصعب ادراج هذا النوع من التخطيط القومى فى انواع التخطيط السياحى وبوجه خاص من وجهة نظر التخطيط الطبىعى .

والالتزام بالقواعد العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومدى انطباق التخطيط الطبىعى عليها يؤدى الى تبين ان السياحة الترفية نشاطان متلازمان دائما فى مراحل وبرامج التنمية فى الدولة .

ومن امثلة هذا النوع من التخطيط القومى :

١٩٦٥ - الخطة القومية لتنمية السياحة فى باكستان .

١٩٦٦ - داهومى ( بنين ) .

١٩٦٩ - فنزويلا .

١٩٧٠ - ايرلندا والسويد وقبرص .

١٩٧٢ - هايتى وسريلانكا .

١٩٧٣ - مدغشقر ، الكامرون ، وبولندا ، وايران .

١٩٧٤ - الجمهورية العربية السورية .

١٩٧٥ - العراق .

١٩٧٦ - فنزويلا .

١٩٧٨ - جمهورية مصر العربية .

{ - **التخطيط الدولى** وهو التخطيط الذى تشترك فيه اكثر من دولة واحدة فينصب على مساحات ارضية تدخل فى حدود عدد من الدول التى تشترك فيما بينها فى الرغبة فى وضع حلول لبعض المشاكل الاقتصادية او الانمائية السياحية عن طريق دراسات مشتركة للتنمية . ومن امثلة ذلك الدراسات التخطيطية لمناطق ساحلية تدخل فى حدود دولتين متجاورتين او اكثر ( كحوض البحر الابيض المتوسط ) او مجتمعات تمتد عبر حدود دولتين .

وبفترض هذا النوع من التخطيط توافر المعلومات الكمية والوصفية عن كافة الموارد السياحية القائمة فى المنطقة او المناطق موضوع التخطيط والتابعة للدول المتجاورة فضلا عن التسهيلات المتبادلة واللازمة لتحقيق مختلف الاقتراحات والقرارات التى تتضمنها خطط التنمية العامة والتفصيلية فى كل الدول المشتركة فى هذا التخطيط وذلك لامكان توفير القدر اللازم من التجانس والتكامل بينهما الذى يصبح اساسا لوضع تخطيط دولى موحد تقوم فيه الاولويات على أسس موضوعية

مستمدة من الواقع السياحي للمنطقة الدولية ككل ولا دخل للاعتبارات الوطنية لكل دولة فيها .

وأمثلة هذا التخطيط ليست بالكثيرة منها ما يلي :

١٩٦٦ - **منطقة بحر ايجه** ( اليونان وتركيا ) ويتضمن التخطيط لهذه المنطقة الدولية وضع مقترحات لتنمية السياحة فيها .

١٩٧٣ - **غرب افريقيا** ( السنغال وموريتانيا ومالي وغينيا وساحل العاج وفولتا العليا ) (كينوفاسي) وغانا وتوجو وبنين ونيجيريا والكاميرون وزائير وافريقيا الوسطى وجابون ) ويتضمن التخطيط وضع مقترحات لتنمية السياحة في دول المنطقة .

١٩٧٦ - **حوض بحر البaltic** ( فنلندة والنرويج والدنيمارك والمانيا الاتحادية ) ويتضمن التخطيط حماية البيئة وبرنامج للتنمية السياحية في دول المنطقة .

١٩٧٧ - **الخطلة الزرقاء** ( جميع دول حوض البحر الأبيض المتوسط ) ويتضمن التخطيط مقترحات لحماية البيئة وبرنامج للتنمية السياحية .



## الفصل الثالث

### أنواع التخطيط من حيث المضمون

تتزايد أهمية التخطيط الطبيعي في الوقت الحاضر نظرا لازدياد الحاجة الى استغلال الاراضي والموارد الطبيعية الأخرى في النشاطات الاقتصادية المختلفة من زراعة وصناعة واسكان وخدمات مختلفة وسياحة وغير ذلك ، في الوقت الذي يظهر فيه محدودية الاراضي الصالحة لمختلف هذه النشاطات . ويترتب على ذلك ضرورة اعتبار التخطيط الطبيعي هو الطريق المنطقي لترشيد استخدام الاراضي والموارد الطبيعية الأخرى بحيث يتداخل في نظام قومي لاستخدامات الاراضي والموارد الطبيعية .

وقد سبقت بعض الدول الأوروبية في ذلك الضمار منها هولنده وبلجيكا وفرنسا وإيطاليا .

وأول خطوة من خطوات التخطيط طويل المدى للتنمية السياحية هو اجراء جرد قومي كامل للمعطيات والاصول الطبيعية الأساسية . ومن الضروري ان تنصب الجهود في مراحل متعاقبة لتحديد الطاقة الاستيعابية القصوى لهذه الاصول الطبيعية واحمالها التي يمكن التسامح فيها بيئيا . ويتطلب ذلك جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات لتكوين قاعدة واسعة من البيانات التي يتطلبها التخطيط تمهيدا لوضع المبادئ والقواعد التي تحكم مستويات استخدامات الاراضي للأغراض السياحية والترويجية .

ويجب ان تكون أهداف التخطيط السياحي متوافقة مع المحددات التي تفرضها الطاقة القصوى للبيئة الطبيعية لكي تسند الاستخدامات المخططة . وفضلا عن ذلك فانه يجب لضبط الضغوط التي تفرضها زيادة الطلب السياحي على منطقة معينة أو مركز سياحي معين أن تكون شبكات المرافق الأساسية متلائمة مع الطاقة القصوى للمنشآت السياحية .

ولما كانت السياحة كصناعة تساعد على النمو الاقتصادي تؤثر ايجابيا على الامتداد العمراني ، فان التخطيط الطبيعي - كنتيجة حتمية - يجب ان يحمل في طياته وسائل المحافظة على المصادر الطبيعية والمناطق البكر ذات الجذب والتي أصبحت في ذاتها هدفا اجتماعيا هاما . ولهذا فيجب الالتفات بصفة خاصة الى تأثير وسائل النقل الى المنطقة السياحية على القيمة الطبيعية للمنطقة لان تسهيلات النقل تزيد عادة من التأثيرات البيئية للنمو السياحي في المنطقة . ولذلك يجب إيجاد التوازن البيئي بين الربح والخسارة بالنسبة للطلب السياحي الذي يمكن استيعابه وحجم النشاط البيكانيكي المحتمل في طرق النقل المختلفة والتي تؤثر سلبا على البيئة الطبيعية عن طريق التلوث الذي تسببه عوادم السيارات بمختلف أنواعها للهواء .



ولذلك يجب تخطيط طرق سير حركة المرور داخل المنطقة السياحية بشكل لا يؤثر على البيئة والتوازن الإيكولوجي فيها . وكلما روعي ذلك في التخطيط كلما طال عمر النمو والنضوج السياحي للمنطقة بدلا من التحويل على الربح السريع قصير العمر في حالة عدم مراعاة هذه الاعتبارات .

أما التنمية العمرانية للأقاليم أو المنطقة ببناء مساكن ثانوية لقضاء الاجازات السنوية واجازات نهاية الاسبوع فانها تعين مراقبتها جيدا والنظر اليها بشكل خاص من التحضير الذي ينتج نفس الآثار الاقتصادية والبيئية والاجتماعية التي ترتبها التنمية العمرانية المصادية بانشاء المجتمعات السكانية ، والتي يمكن باستخدامها المساحات الأرضية الواسعة ان تنسب في التداخل والتضحية بحق المواطنين الآخرين في انشاء المراكز السياحية والترويجية لصالح المجتمع (١) .

وبنفس المنطق يجب الاهتمام اهتماما بالغا بالوسائل القانونية والتنظيمية التي تهدف الى ايجاد التوافق بين مختلف الحاجات المعترف بها كأساس لتحديد استخدامات الأراضي في مختلف الاقاليم الجغرافية من ناحية ومتطلبات السياحة والترويج من ناحية أخرى . ومن هنا يتعين تحديد الجهاز أو الأجهزة الحكومية المختصة بذلك وتوضيح حدود هذا الاختصاص .

ولا شك ان التخطيط الطبيعي الكفء وارساء مبادئ استخدامات الأراضي على المستوى القومي تظهر اهميته الواضحة كوسيلة للسماح بزيادة الحركة السياحية نتيجة التسويق السياحي المخطط دون ان يترتب على ذلك تدهور للموارد السياحية القائمة أو ضرر بالمستقبل السياحي أو الاقليم الذي يجرى تخطيطه .

ولان الآثار الجانبية السلبية للسياحة اجتماعيا واقتصاديا أصبحت محل دراسات واعية (٢) فانه يجب الاعتراف بان التنمية السياحية تتطلب اتجاها شاملا موجها لتحقيق اهداف اجتماعية واقتصادية عامة قد تختلف من دولة الى أخرى بل قد تختلف من اقليم الى آخر داخل الدولة الواحدة .

### الأنواع المختلفة للتخطيط السياحي من ناحية المضمون : -

يفرق علماء وخبراء التخطيط السياحي بين ثلاثة أنواع من التخطيط الطبيعي وهي : -

CONCEPTUAL PLANNING

— تخطيط تصوري

MASTER PLANNING

— تخطيط رائد أو شامل أو رئيسي

STRUCTURAL PLANNING

— تخطيط هيكلي

(١) ولعل اظهر مثال لذلك هو ما تم في الساحل الشمالي الغربي امر من بيع مساحات مستين كيلو مترا بين سيدى كبري واللمين للجميات التماونية للسكان لبناء مساكن اجازات لاصحابها .

(٢) راجع ما تقدم في الباب الرابع من الكتاب

يعتبر بعض خبراء التخطيط ان مرحلة جمع المعلومات الكاملة وتحليل السوق والموارد هي مرحلة تمهيدية للتخطيط التصوري رغم انها تمثل جزءا لا يتجزأ منه ذلك لان تحليل السوق والموارد اذا ما قام به خبراء حقيقيون يمكن ان يضع اطارا منضبطا للتطورات المتوقعة في حركة السياحة والدخول . فاذا كانت هذه التوقعات مشجعة بدرجة كافية ، كان من اللازم المضي لتحضير الخطة التصورية العامة (١) .

والمقصود بالتخطيط التصوري هو وضع اطار اجمالى عام لتصور المستقبل السياحي لاقليم ما او منطقة على اساس توفر عناصر جذب معينة فيه ووجود تسهيلات وخدمات او تصور ما يجب ان يوجد بالاقليم او بالمنطقة من تسهيلات وخدمات بناء على تنبؤ بمعدل نمو معين في حركة السياحة وفي مختلف النشاطات المكونة لصناعة السياحة مثل اماكن الإقامة بأنواعها المختلفة ووسائل النقل واجهزة استقبال السائحين وتنظيم رحلاتهم الداخلية ... الخ (٢) وغالبا يضع التخطيط التصوري فريق يضم نفس الأشخاص الذين يقومون بعمل المسح السوقي مع اخصائيين في استخدامات الاراضى ومهندسين معماريين ، ومحور هذا التخطيط التصوري وصف تحليلى كامل ودقيق للمنطقة السياحية في بداية التخطيط وتصور كامل كذلك لما ستكون عليه المنطقة السياحية بعد اتمام الخطة باتجاهاتها المختلفة وما اذا كان يمكن تحقيق الاهداف المرسومة مقدما لهذا التخطيط التصورى ام لا ؟ ويقود فريق الخبراء عادة خبير سياحي بالدرجة الاولى لانه هو الأقدر على رسم تصور متكامل للمستقبل السياحي لمنطقة ما .

وخطوات التخطيط التصوري سبعة هي :

- ١ - وصف وتحديد للاهداف والسياسات - مع تحديد لعناصر القوة والضعف في المنطقة السياحية ومحددات التنمية ومناطقها وعائداتها المتوقعة .
- ٢ - اختيار المواقع بناء على اعتبارات مرجحة .
- ٣ - متطلبات التنمية السياحية من التسهيلات الأساسية والتكميلية .
- ٤ - تخصيص الاراضى وتحديد استخداماتها في وجوه التنمية المختلفة مع وضع طرق الرقابة الذاتية .
- ٥ - النظم المعمارية والتصورات التصميمية التى تتوازن مع البيئة ونوع التنمية السياحية المطاوب مع وضع حدود الكثافة البنائية والمناطق الخضراء ومناطق الترفيه والرياضة الى جانب المناطق المحددة للتجمعات السكانية والتجارية
- ٦ - الميزانية .

(١) التخطيط السياحي والتنمية تأليف شارل كايزر ولارى هيلبر طبعة ١٩٧٨ ص ٨٣ .

(٢) راجع في نفس المعنى دكتور تيبيل الروبى في كتابه التخطيط السياحي طبعة ١٩٨٦ ص ٥٩ .

## ٧ - السياسات الحكومية والمتطلبات التشريعية والإدارية لوضع التخطيط موضع التنفيذ .

ويمكن اعتبار التخطيط التصوري بمثابة خطة مرحلية أولى في سبيل وضع الخطة الشاملة التفصيلية للأقليم أو للمنطقة . وعلى ذلك فالخطة التصورية لمنطقة سياحية هي في الواقع تقرير مرحلي Intermediate Report للخطة التفصيلية الإقليمية أو المحلية يجب مناقشته والموافقة عليه قبل التحرك نحو وضع الخطة التفصيلية . وهذه المرحلة مع انها مرحلة أولية من مراحل التخطيط الاستراتيجي القومي أو الإقليمي التفصيلي الا انها مرحلة تبلغ غاية الأهمية نظرا لانها هي التي تحدد اطار العمل التخطيطي المستقبلي . ويقدر ما يكون هذا التخطيط التصوري دقيقا ومتكاملا ومؤسسا على اعتبارات فنية سياحية صحيحة بقدر ما يخرج التخطيط التفصيلي صحيحا يؤدي الى بلوغ الاهداف المرسومة مسبقا .

والتخطيط التصوري بهذه المثابة هو الذي يؤهل المسؤولين لاتخاذ القرار اما بمواصلة السير نحو الخطوات التخطيطية التالية من تخطيط تفصيلي شامل سواء كان على المستوى القومي أو الإقليمي يؤسس على التصور المتقدم أو بتغيير المسار الى وجهة أخرى قد تدعو اليها اعتبارات الأولويات السياسية والاقتصادية . ومثل هذا القرار الهام يؤكد ضرورة ان يكون التخطيط التصوري مبنيًا على قاعدة كبيرة من المعلومات والإحصاءات الدقيقة حتى لا يكون مثل هذا التخطيط التصوري ( الإجمالي (١) ) منبت الضلة بالواقع فتخرج القرارات المؤسسة عليه خاطئة أو بعيدة عن جادة الصواب .

### ثانيا - التخطيط الرائد أو الشامل :

يختلف التخطيط الشامل عن التخطيط التصوري في انه انتقل من الاطار الإجمالي للتنمية السياحية بما فيه من بدائل مختلفة لهذه التنمية في صورتها المبدئية ، الى اطار تفصيلي يضم الاجزاء التي تم اعتمادها من التخطيط التصوري والمضي في تعميقها بشكل يظهر مضامينها التفصيلية نتيجة دراسات محيطية بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسوقية والطبيعية والنفسية وغير ذلك (٢)

ويعني ذلك ان المخططين يتعدون مرحلة اظهار بدائل التنمية الى اختيار بديل او اكثر تم الاتفاق عليها . ويمثل التنسيق والتداخل بين البدائل المختلفة والنماذج المتباينة مع تفصيل التصميم وبرمجة العمل التنفيذي للخطة بوضع اجابات عن الأسئلة المتعلقة بتحديد الأشخاص المسؤولين وادوارهم ، ومتى يتم تنفيذ كل دور ، وكيف يتم ذلك ، وما هي الميزانية المحددة لكل جزء من اجزاء

(١) هناك فرق بين التخطيط التصوري (ويمكن اعتباره تخطيطا إجماليا) وبين التخطيط التفصيلي الشامل سواء كان على المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي

(٢) قارن شارل ولادي هيلبر ، المرجع السابق ص ٩٩ ومؤلفنا Managerial Aspects of Tourism طبع إيطاليا سنة ١٩٧٥ ص ٢٤٤ في ودد نجيل الروبي المرجع السابق ص ٨١ .

تنفيذ الخطة ... الخ فضلا عن تحديد الاسواق المختارة بناء على معايير موضوعية لترتيب هذه الاسواق ترتيبا يتبع تقسيماتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسلوكية مع تحليل كافة المعطيات والخصائص الطبيعية وغير الطبيعية للاقليم او الاقاليم التى يجرى تخطيطها ، يمثل كل ذلك جوهر الخطة الشاملة .

وبذلك يكون التخطيط الشامل مستوى اعلى بكثير من المستوى التخطيطى التصورى لانه تفصيل لمجمله ومضى الى آفاق ابعد بكثير من آفاق التخطيط التصورى بل هو فى الواقع وصول الى نهاية الطريق . وبذلك يمكن أن تضم الخطة الشاملة الاجزاء التالية : -

- ١ - مسح شامل للخصائص الطبيعية وغير الطبيعية للاقليم .
- ٢ - ابراز عناصر الجذب السياحى فى هذه الخصائص وتصنيفها بحسب نقاط قوتها وضعفها وفق معايير موضوعية موضوعة سلفا .
- ٣ - اعداد دراسة واقية عن الاسواق السياحية المختلفة وترتيبها فى اولويات مع اظهار انواع الجهود التسويقية التى تناسب كل سوق منها ، وتحديد نوعيات الزائرين او السالحين ومستوياتهم المادية والسلوكية .
- ٤ - تحديد المناطق والمساحات الارضية الصالحة للاستخدامات السياحية ZONING سواء منها الصالحة للاستخدام السياحى حاليا - مع تحديد نوع الاستخدام - او التى تصلح للاستخدام السياحى فى المستقبل بناء على توخى اعتبارات معينة .
- ٥ - دراسة التشريعات والانظمة الحكومية والقواعد السارية المفعول المؤثرة فى التنمية .
- ٦ - تحديد مدى كفاية او عدم كفاية شبكات البنية الاساسية التى تشمل الطرق ومياه الشرب والطاقة والصرف الصحى والاتصالات السلكية واللاسلكية وغير ذلك ، والمشروعات المستقبلية لهذه الشبكات .
- ٧ - اختيار اماكن التسهيلات السياحية بأحجامها وحدودها وتكاليفها الاستثمارية (١) .
- ٨ - اعداد نماذج التصميمات الهندسية المختلفة للمشروعات التى يتضمنها برنامج التنمية السياحية وفقا لمخطط عام يهدف الى حماية البيئة الطبيعية المحيطة ويبرز التراث الحضارى العام للمنطقة ويحافظ عليه .
- ٩ - وضع قواعد حاكمة للتسويات الارضية ان كان لها محل ، والتنسيق الخارجى للمنطقة موضوع التخطيط لابراز الطابع الجمالى لها .
- ١٠ - اعداد جداول وتوقيتات زمنية للتنمية بمكوناتها المختلفة سواء كان التصور ان تتم دفعة واحدة او على مراحل زمنية متتابة متداخلة او منفصلة .

١١ - وضع جداول التحليل المالى والاقتصادى للاستثمارات اللازمة لتنفيذ المشروعات التى تتضمنها الخطة مع تحديد طرق التمويل .

١٢ - وضع تقنين متكامل لقواعد الاستثمار والتنمية .

١٣ - تقدير حجم العمالة اللازمة وتحديد تخصصاتها ومستوياتها ووضع برنامج متكامل لاعداد العاملين اللازمين من كل تخصص ومستوى تنفيذى وفنى عن طريق التعليم والتدريب بانواعه المختلفة .

١٤ - وضع التنظيم اللازم للمركز أو المراكز السياحية المنشأة بالتخطيط الشامل مع البدائل المختلفة لطرق التشغيل والادارة .

### ثالثا - التخطيط الهيكلى STRUCTURAL

ويفصد بالتخطيط الهيكلى فى مجال السياحة توضيح الهياكل القائمة فى الاقليم أو الاقاليم موضوع التخطيط من مشروعات بنية أساسية ومعطيات طبيعية وحضارية تحدد مناط الاستخدام الحالى للأرض بما فى ذلك الملكيات والحدود والقواعد والاستراتيجيات والمعايير التى توجه التصميمات الحضرية والتصميمات التنفيذية وتحديد محاور الحركة ثم محاولة ادخال تغييرات جلية تعمل على اقامة هيكل اقتصادى واجتماعى جديد يعتمد على السياحة كمحور أساسى للتنمية . وليس معنى ذلك أن تكون السياحة هى المحور الوحيد للتنمية لاننا لسنا من المؤيدين لإنشاء جيوب سياحية منفصلة عن المجتمع ، ولكن أن تكون السياحة محورا من المحاور الأساسية للتنمية تتفاعل مع غيرها من محاور تنمية مثل الزراعة والصناعة مع ضرورة تحديد مجالات مكانية وزمنية لكل من هذه المحاور .

والاصل أن يختلف التخطيط الهيكلى عن التخطيط الوظيفى FUNCTIONAL PLANNING فى أن هذا الأخير لا يأخذ بالتغيرات الجلية وإنما يقوم على التطور البطيء فى الوظائف الاقتصادية والاجتماعية القائمة . ولكننا نرى أن هذه التفرقة تفقد أساسها فى مجال التنمية السياحية لانه ليس من السلامة فى شيء أن تحدث تنمية سياحية فى اقليم ما بفترة وبطريقة ثورية منطوية على تغيرات جلية فى الهياكل الاقتصادية والاجتماعية داخل الاقليم والا أدى ذلك إلى تدهور كامل لهذه الهياكل . ولذلك فأننا نرى أن يؤخذ التخطيط الهيكلى بمفهوم تدريجى يقربه من التخطيط الوظيفى .

ومن الأمثلة الحية للتخطيط الهيكلى ما تم للساحل الشمالى الغربى من الكيلومتر ٣٤ إلى الكيلومتر ١٠٠ غرب الإسكندرية . وقد كانت أهداف هذا التخطيط الهيكلى ( بنود مراجعته ) الذى دعت إلى وضعه وزارة التعمير ما يلى :

— وضع توصيات وبدائل مختلفة تتناسب مع الظروف الحالية مع مراعاة الحفاظ على الأراضى الزراعية وعلى الظروف الطبيعية والبيئية والاحتفاظ بشخصية المنطقة .

- ربط دراسة تنمية المنطقة المذكورة بالمنطقة الأرحب التي تتعدى خط السكة الحديد لتصبح بعمق حوالى ١٠ كيلو مترات .
- تحليل المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية والسكانية والطبيعية مع مراعاة النتائج التي تم التوصل إليها بالنسبة لتسكين الجمعيات التعاونية .
- تحديد توقعات التحركات السكانية والسياحية وحركة العمالة المطلوبة وحركة رأس المال الواجب توافره على امتداد فترة التنمية .
- مراجعة دراسات محاور الحركة الرئيسية وتطوير وتحسين هذه المحاور .
- تكامل مخططات المرافق والخدمات العامة ومناسبتها لمراحل النمو المختلفة .
- تقديم التوصيات بالتدابير المؤقتة لتنمية السياحة الفورية بجانب خطط التنمية الطويلة .
- على أن يتم تجميع نتائج المعلومات المستحدثة على جداول ورسومات بدائية وخرائط بمقياس مناسب .



## الفصل الرابع

### مرحلة التخطيط واتجاهاته المختلفة

تمر عملية التخطيط بمراحل تتميز كل منها عن الأخرى ، وهذه المراحل هي:

#### ١ - مرحلة التخطيط العام MACROPHASE

وهذه المرحلة تتضمن أكثر وسائل التنمية ملاءمة طبقا للمعايير الاقتصادية الرئيسية الشاملة دون تقسيم الدولة أو المنطقة المطاوب تخطيطها سياحيا الى تقسيمات جغرافية أو قطاعية نوعية . ويكون الأساس في هذه المرحلة عندئذ هو استخدام المؤشرات والاحصاءات العامة المتعلقة بالنتائج القومية الإجمالية والموارد الطبيعية والإمكانات السياحية ومدى التوسع في الإنتاج عن طريق زيادة رأس المال المستثمر ونتاج الإنتاجية فيما يتصل بالقيمة المضافة ( عمالة - اهلاك - الخ ) وكذلك مدى الزيادة السكانية .

#### ٢ - مرحلة التخطيط الانتقالي TRANSITIONAL

وتدعو هذه المرحلة الى تقسيم الدولة الى اقاليم والى قطاعات نوعية ( للسياحية - الصناعية - الزراعية ... الخ ) .

ويجب ان يبنى التقسيم الى اقاليم على الخصائص الاقتصادية والإدارية أكثر من بنائها على المعلومات الجغرافية والثقافية . وتدخّل العوامل الطبيعية وتسهيلات المواصلات وطرق النقل المتاحة ومشروعات البنية التحتية والمرافق الأساسية العامة ضمن العناصر التي يجب دراستها في هذه المرحلة .

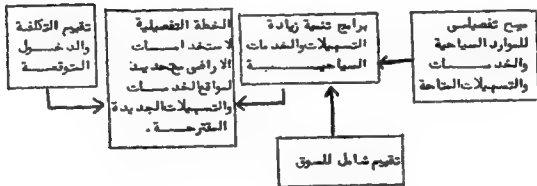
#### ٣ - مرحلة التخطيط التفصيلي MICROPHASE

وهي تتكون من دراسة تفصيلية للقطاعات والأقاليم المختلفة على مستوى المشروعات التي تجرى دراسة تنميتها داخل كل منطقة أو قطاع .

## الاتجاهات التقليدية في التخطيط السياحي :

### اولا - الاتجاه الطبيعي: THE PASOLP APPROACH:

وهذا الاتجاه الطبيعي يؤسس على دراسات المسح والتقييم للموارد الطبيعية . ولم تكن المعلومات المتعلقة بالسوق السياحي كافية غالبا في مثل هذه الدراسات ، وكانت الأرقام والاحصاءات الخاصة بالطلب الكلي للدول المصدرة للسياحة تشير الى نمو الحركة السياحية بنسب عالية واستتبع ذلك في الغالب تنبؤات متفائلة عن نمو الطلب السياحي المستقبل . وكان ذلك يقتضى في معظم الدراسات التخطيطية المؤسسة على هذا الاتجاه ان يفترض انه مع التخطيط العالمى السليم والكافى منح الحوافز للتنمية السياحية ، فان الدولة التى تجرى بشأنها الدراسة التخطيطية تستطيع زيادة نصيبها من السوق انسياحي الدولى بصورة كبيرة خلال مدة عشر سنوات مثلا .

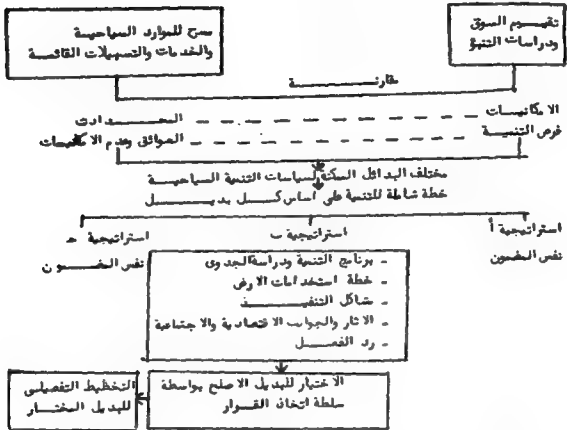


### ثانيا - اتجاه السياسات الاقتصادية :

وقد ظهر في الستينات هذا الاتجاه الاقتصادى تحت تأثير مزيد من الدراسات التفصيلية لاستخدامات الاراضى وطرق التخطيط المستحدثة فيها مع زيادة الوعي باهمية تأثير العوامل الاجتماعية والاقتصادية في التنمية السياحية . ويتضمن هذا الاتجاه تطورا للاتجاه السابق لكى يشتمل على مزيد من الدراسات السوقية ودراسات التنبؤ بمستقبل الحركة السياحية الى الدولة المعنية بهذه الدراسات .



ويوضح الرسم التالي هيكل هذا الاتجاه :-



ثالثا - الاتجاه الحديث لتحليل المتابع في تخطيط النشاطات السياحية والترفيهية :

(Products' Analysis, Sequence for Outdoor Leisure Planning)

#### THE PHYSICAL APPROACH

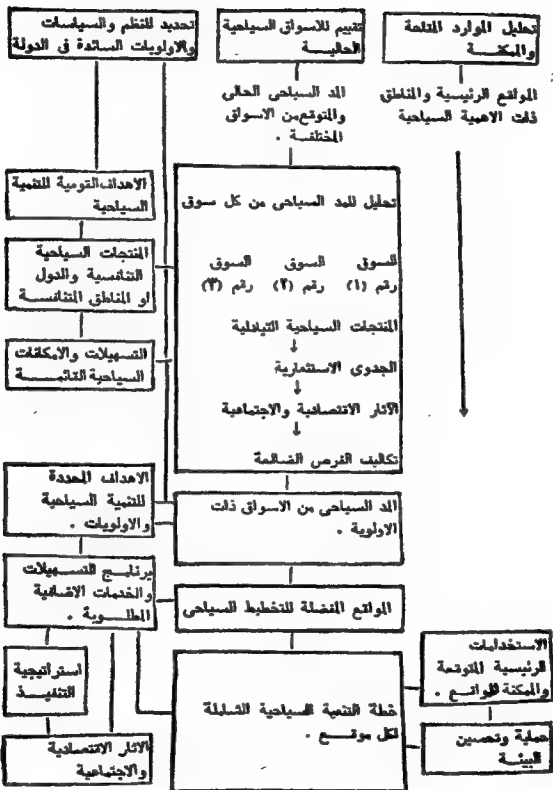
وهذا الاتجاه الحديث في التخطيط السياحي الذى ظهر منذ حوالى خمس عشرة سنة تقنين للتطورات الحديثة في طرق واتجاهات التخطيط السياحي بحيث يشمل كافة جوانب البحث والتحليل للعرض والطلب للوصول الى التماثل والالتقاء بينهما لتحقيق اكثر اهداف التنمية السياحية ملاءمة للبيئة موضوع التخطيط . والسبب في ملاءمة هذا الاتجاه للتخطيط السياحي الحديث يرجع الى سببين رئيسيين :-

**الاول -** ان هذا الاتجاه يبرز الموارد السياحية الطبيعية والحضرية والثقافية وغير ذلك في صورة اكثر جذبا وملاءمة للطلب السياحي المتطور في الأسواق السياحية الرئيسية فضلا عن أنه اتجاه يضع المنافسة موضع الاعتبار في الدراسة التخطيطية ولا يعمل اى جانب من الجوانب المختلفة التى تترتب على التفاعل بين السوق والمنهج

**الثاني -** انه يحقق أعلى مستوى من التعاون لتنفيذ التخطيط عن طريق التعاون بين كل اطراف عملية التخطيط للتنمية السياحية مثل السلطات العامة وشركات السياحة والفنادق والناقلين والمرشدين والبنوك وجهات التنمية داخل الدولة المعنية وخارجها .

المراحل : ينقسم هذا الاتجاه التخطيطي الى مراحل هي :

- (١) دراسات المسح والتحليل .
  - (ب) السياسات السياحية والمد السياحي من الاسواق ذات الاولوية .
  - (ج) خطة استخدامات الأرض ومدى امان تنفيذها فنيا وبشرىا وماليا .
  - (د) الآثار المترتبة على التنفيذ .
- الرسم البياني للاتجاه التخطيطي « باسولب » .





القسم  
الثاني

□ فنية  
التخطيط  
السياحي



## مقدمة

تتركز عملية التخطيط السياحي ، مثله في ذلك مثل التخطيط الاقتصادي والاجتماعي بوجه عام (١) في خطوات سبع هي :

١ - تحديد معالم المشكلة أو الموضوع الذي يجرى التخطيط له ودراسته دراسة واعية تحيط بكل جوانبه عن طريق وسائل البحث العلمية .

٢ - تجميع المعلومات والبيانات والإحصاءات التي تتعلق بالمسألة من كافة جوانبها ثم تحليل البيانات المجمعة وتصنيفها وتقييمها وإعدادها للاستخدام عن طريق إجراء البحوث العلمية المناسبة .

٣ - رسم الأهداف العامة المنشودة ومقارنتها بالوضع القائم لتحديد الثغرة الفاصلة بين الجانبين ، وبيان ماذا كانت الموارد المتاحة أو الممكنة تستطيع تغطية هذه الثغرة أم لا .

٤ - وضع الأهداف المحددة التي تتضمن بلداتها معدلات الأداء وقياس مدى التقدم في النشاط المخطط .

٥ - تحديد الطول التبادلية التي توصل إلى تحقيق الأهداف المحددة ، لأن تحقيق الهدف الواحد يمكن أن يكون له أكثر من طريق . والمهم هنا تفصيل طرق تحقيق الأهداف بما لكل منها من مزايا وما عليه من مآخذ وبخاصة من ناحية الموارد المتاحة أو الممكنة والموارد غير الممكنة ، ثم وزن الاعتبارات المختلفة والمتغيرات المتعلقة بكل حل تبادلي .

٦ - اتخاذ القرار أي الوصول إلى تحديد الحل الذي يتبع بناء على عدة اعتبارات توجيحية وهذه الخطوة هي جوهر الخطة .

٧ - متابعة تنفيذ الخطة ورقابة الأداء وتقتضي اتخاذ إجراءات تصحيحية عند تنكب التنفيذ لطريق الخطة سواء أكانت الأسباب داخلية يمكن السيطرة عليها أو خارجية يصعب التحكم فيها أو بسبب خطأ في الخطة ذاتها .

ولا يعني ما تقدم ضرورة ظهور الخطوات التخطيطية بوضوح في كل خطة سياحية أيا كان نوعها ومستواها أي سواء أكانت خطة قومية شاملة أم خطة استراتيجية اقليمية أم خطة محلية وسواء أكانت خطة رائدة **Master Plan** أم خطة نوعية قطاعية **Sectoral** أم خطة لاستخدامات الأراضي فقط

(١) راجع في ذلك الفصل الثالث من الباب الثالث من هذا الكتاب ومثوانه « مضمون التخطيط بوجه عام » وراجع ما جاء بكتاب التخطيط السياحي للدكتور نبيل الروبي طبعه ١٩٨٧ ص ٨٥ وما بعدها وراجع الفصل الثاني من كتابنا **Studies in Tourism Planning** طبعه ١٩٧٩ .

**Land Use Plan** ، ولكن يكفى ان تكون الخطة موضوعة بصورة يفهم منها بسهولة ان هذه الخطوات قد اتبعت . وفي الغالب تتكون التنمية السياحية - حسب نوعها ومستواها - من أكثر من جزء يتضح منها سلوك المخططين والخطوات التي مروا بها .

وسنحرص في الباب الأول من هذا القسم على ايراد بعض تفاصيل هذه الخطوات التخطيطية حتى يتسع نطاق مفهومها وتظهر أهمية كل منها بجلاء .

ويهمنا ان ننبه القارئ الى ان هذا القسم الثاني من الكتاب سيعنى كذلك بالتعرض لتفاصيل اتجاه التخطيط الطبيعي للتنمية السياحية على المستوى الاستراتيجي سواء كان تخطيطا قوميا (١٧) أو اقليميا (٢) أو محليا . وبذلك لن نتعرض هنا للتخطيط على مستوى المشروع كتخطيط فندق سياحي أو قرية اجازات ، ولا التخطيط لبرنامج مشروعات اللهم الا اذا كان هذا البرنامج يضم تخطيطا لمرکز سياحي متكامل مما يطلق عليه تخطيط المنتجعات السياحية المتكاملة **Integrated Tourist Resorts** ومعنى ذلك ان الاهتمام في هذا القسم الثاني من الكتاب سيوجه للسياسات التخطيطية واستراتيجيات التنمية من جانب الحكومة بأجهزتها المختلفة وقطاع الأعمال العام والخاص .

اما أهداف هذه السياسات فهي تتركز بوجه عام في ثلاث : -

١ - منع أو تقليل أو تصحيح المشكلات الناتجة من استخدامات الأراضي والوصول الى اقصى درجات الاشباع لرغبات المواطنين والسائحين وهم مستخدمو الموارد والتسهيلات السياحية .

٢ - ضمان عوائد كافية للمستثمرين .

٣ - حماية البيئة .

فاختيار المواقع لاقامة المشروعات السياحية يتم ضمن اطار تخطيطي له قواعده . وكثيرا ما نجد أن هذا الاختيار يتم دون اعتبار لحجم وقيمة ومستقبل عناصر الحذب السياحية القريبة أو المتاخمة التي ستطلب هذه الخدمات والتسهيلات السياحية ، وفي مثل هذه الحالات يحدث تدهور سريع لقيمة المركز السياحي .

وتتعرض ابواب أخرى من هذا القسم لتفصيل استراتيجيات يحكمها فكرتان رئيسيتان هما : -

---

(١) راجع الخطة القومية للسياحة في مصر التي وضعها بيت الخبرة الاثني شتاينجر سنة ١٩٧٨ وكان المؤلف هو مستشار تلك الخطة .

(٢) امثلة هذا النوع من التخطيط في مصر الخطة الاقليمية للساحل الشمالي الغربي التي وضعها خبراء شركة ايلكو الهولندية بالاشتراك مع دكتور مهنس / حسن اسماعيل وزملاء آخرين .



## الأولى فكرة التخطيط المستمر Continuing Planning

لأن التخطيط السياحي ليس حدثاً منفرداً يحدث مرة وينتهي بل هو حلقات متلاحقة من التخطيط المتعدد الجوانب والمستويات يجب تحديثه بصورة مستمرة لأن التغيرات الحادثة من اقتصادية واجتماعية ونفسية وبيئية وغير ذلك يمكن أن تجعل التخطيط الموضوع متخلفاً عن الواقع بمجرد مرور مدة زمنية معينة عليه تختلف من خطة إلى أخرى هي بوجه عام ستة شهور إلى سنتين . ويتوقف نجاح هذا التخطيط المستمر على التعاون الفعال بين الأجهزة الرسمية وعناصر القطاع العام وقطاع الأعمال الخاص وجميع الجهات التي لها دخل في إصدار القرار .

## الثانية فكرة التخطيط الاستراتيجي الإقليمي Strategic Planning

التي كثيراً ما نحتاج إليها لتكون بمثابة إطار إرشادي وتوجيهي تدخل ضمنه خطة التنمية السياحية الإقليمية وخطط التنمية المحلية وحتى خطط مشروعات التنمية السياحية الفردية والتكاملة .

ومادام كل من التخطيط المستمر والتخطيط الاستراتيجي يسمى لتحقيق أهداف متماثلة فإن من الضروري أن يكون القائمون على وضع البرامج التنفيذية للخطط السياحية متفهمين جيداً هذه الأهداف وأن يعملوا جاهدين على تحقيقها .

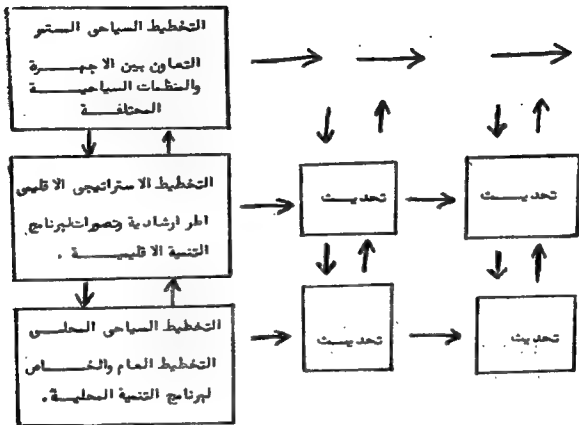
## لن يكون التخطيط السياحي

قررت اللجنة الاقتصادية الأوروبية للامم المتحدة عام ١٩٧٥ « أن نمو صناعة السياحة لا يمكن أن يترك لشأنه ليتبع قوى السوق وحدها » (١) . ولذلك يتعين القيام بالتخطيط العلمي للتنمية السياحية لكي يتم التنسيق وتحقيق التوافق بين مختلف القطاعات ، وإيجاد التوازن بين المطالب التنافسية والمتعارضة أحياناً على قاعدة الموارد المحدودة ، وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية وتخفيف النتائج والآثار السلبية . ولاشك أن التدابير الوقائية والتوجيهية تكون أقل تكلفة من التدابير التصحيحية على الأقل في الأمد الطويل . ويؤخذ دائماً صالح المجتمع في الأجل الطويل في الاعتبار .

وإذا كان الأمر غير مختلف عليه بالنسبة لضرورة التخطيط السياحي في عصر فقدت فيه الحياة وتشابكت المصالح واستعرت المنافسة وصار تحرير المواطن اقتصادياً واجتماعياً وبيئياً ونفسياً وسياسياً هو الأساس الحقيقي لشرعية السلطة ، فإن التخطيط السياحي يجب أن يكون معلوم التوجهات ، أي يتعين معرفة لمن يكون التخطيط السياحي .

(١) راجع أعمال مؤتمر التخطيط والتنمية في صناعة السياحة المتقصد في مدينة دبروفنيك

بيوفوسلافيا في الفترة ١٢ - ١٨ أكتوبر ١٩٧٥ ص ٨٠



— هل يوجه أساسا للمواطن أى للسياحة الداخلية والسياسة الترويجية للشعب ؟

— أو هل يوجه للسائح الأجنبي بصفة رئيسية ؟

— أو هل يكون التخطيط الناجح موجها للنوعين من النشاط السياحي أى السياحة الداخلية والسياحة الدولية ؟

تكمن الإجابة على هذه الأسئلة في التعرف على الأسباب الحقيقية التى تدعو الدولة الى الاهتمام بالتنمية السياحية . يقضى الواقع بأن الأسباب اقتصادية في المقام الأول .

وهنا يجب التساؤل عن ماهية الأولوية المعقودة للجوانب الاقتصادية المختلفة التالية ، — وفي الغالب ستكون الأولوية على الوجه الآتى : —

— جذب النقد الأجنبي الذى تحتاج اليه الدولة لجبر العجز في ميزان مدفوعاتهما ؟

— توسيع قاعدة العمالة الوطنية وخلق فرص عمل جديدة ؟

— تنشيط الدورة الاقتصادية القومية ؟

— تشجيع تنمية المناطق البعيدة عن المراكز العمرانية الكبرى مثل القاهرة والاسكندرية وطنطا واسيوط ؟

— تحقيق العدالة التوزيعية في الدخل القومى بين المناطق السياحية المختلفة في مصر ؟

— نشوء صناعات جديدة كثيرة تقوم على التنمية السياحية أكثر من غيرها مثل صناعات المغاسل وتجهيزات المطابخ وصناعات السجاد والموكيت وصناعات الأخشاب والصناعات الغذائية وغير ذلك .

وقد تكون هناك أسباب أخرى اجتماعية وحضارية وإعلامية وسياسية ولكن الأسباب الاقتصادية هي الغالبة .

والحقيقة ان الإجابة على التساؤل الأول لن يكون التخطيط السياحي يجب ان يكون للمواطن المصرى انتهاء لأن المواطن المصرى هو وحده صاحب الحق في الاستفادة من النتائج المترتبة على تخطيط التنمية السياحية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي : —

١ — تحقيق الرضاء النفسى لمستخدمى ومستهلكى الخدمات السياحية واشباع رغباتهم .

٢ — اثابة المستثمرين والمالكين .

٣ — حماية البيئة والموارد السياحية الطبيعية والحضارية .

والسؤال الذى يطرح نفسه على الواقع الآن هو تحديد من هم مستخدمو ومستهلكو الخدمات السياحية ؟ وهنا تختلف الإجابة عما سبق أن ذكرناه .

فقد يكون المقصود بالخدمات والتسهيلات السياحية السائحين المواطنين ، وقد يكون المقصود بالخدمات والتسهيلات السياحية السائحين الدوليين أى الأجانب .

والسبب في ضرورة التحديد هنا اختلاف مدى هذه الخدمات والتسهيلات واشكالها ومستوياتها واسعارها باختلاف نوعى العملاء . فما يشجع رغبات المواطن

المصرى قد لا يشبع رغبات السائح الاجنبى والعكس صحيح (١) . بل ان هذه الخدمات والتسهيلات تختلف عادة تبعا لاختلاف نوعية السائح الاجنبى وجنسيته ... الخ . ولذلك يجب ان تتم التنمية الاجتماعية في اطار تسويقي شامل .

وهنا تبقى قضية هامة هي تحديد نوعية السائح المحتمل وهل هو السائح محدود الدخل من المستوى الادنى او هو السائح فوق المتوسط او السائح من ذوى الدخل المرتفع او السائح صاحب الملايين .

ان كان الاهتمام بتنمية السياحة في مصر مقصودا به تحقيق عائدات اقتصادية عالية اجمالية وصافية ومضافة ، فان معنى ذلك ضرورة الاهتمام بجسلب السائحين من المستوى فوق المتوسط ومن ذوى الدخول العالية اساسا دون السائحين من المستويات الدنيا والدخول المحدودة حتى لا نزيد من تفاقم مشاكلنا الحالية مثل الامن الفدائي وازدحام المدن وحركة المرور فيها وغير ذلك .

وينعكس تحديد هذا الهدف على نوعية التنمية السياحية المتوخاه اجمالا ولا شك .

نفى راينا ان التنمية السياحية في مصر يجب ان تخطط بشكل يسمح باشباع رغبات السائحين الدوليين والسائحين المصريين في تلازم وتساند دون تعارض وسواء تم ذلك من طريق الاشتراك احيانا - كما يحدث في دول كثيرة - او عن طريق الفصل بينهما احيانا اخرى لتجنب تحقق بعض النتائج الاجتماعية الضارة ، فان ذلك لا يكون على اساس التطبيق بالنسبة لبعض المشروعات دون البعض الآخر .

اما بالنسبة لنوعية السائح الذى نريده فيجب ان تتوجه سياستنا السياحية - على نحو ما سياتى بالباب الثامن - الى اجتذاب السائحين اساسا من المستوى العالى عن طريق استراتيجيات تسويقية موجهة لهؤلاء عن طريق

---

(١) يعتبر مشروع المدينة السياحية « مرافيا » مناسباً للسياحة الداخلية ولكنه ليس كذلك للسياحة الدولية لا تخطيطاً ولا تصميماً ولا خدمات ولا تسهيلات .

ونرجو ان يكون مشروع مارينا العلمين الذى وضع تخطيطه اصلا لى يتناسب مع نوعى السياحة ان يتم تنفيذه على مستوى عال يسمح بذلك .

منظمى الرحلات الشاملة المتخصصين فى السياحة عالية المستوى وشركات  
السياحة ، ومباشرة حيث يقيمون وحيث يعملون ، لان ذلك يسمح بتركيز خدماتنا  
لاشباع رغبات هؤلاء بصفة أساسية وتفادى كثير من الآثار السلبية الاقتصادية  
والاجتماعية التى قد تترتب على السياحة . ويتفق هذا مع الخطة القومية للسياحة  
التي وضعها الخبراء الاثنيان حين رفعوا شعار « منتج سياحي متميز لاسواق سياحية  
متميزة » على نحو ما سنرى فى الباب الثانى والعشرين من الكتاب .



## الباب السادس

### تطور السياحة في العالم المعاصر وفي مصر

إن السياحة كظاهرة انتقال بشرية وفتية قديمة قدم التاريخ غير أنها عبر القرون والسنوات تغيرت أشكالها وأنماطها وأسبابها بشكل أدى الى ظهور السياحة المنظمة الحديثة منذ منتصف القرن التاسع عشر على يد رواد أوائل مثل توماس كوك في بريطانيا وويل فارجو في الولايات المتحدة الأمريكية . وكانت في ذلك الوقت ظاهرة تتميز بقلّة عدد السائحين وطول مدة الرحلة وكثرة انفاق الفرد مما جعلها تتميز بالاستقرائية ويشار إليها على أنها سياحة الطبقة الفنية المتميزة . وهذا هو **البعد الأول للسياحة الحديثة** .

ثم قامت الحرب العالمية الأولى التي ساهمت في تغيير شكل العالم بتغيير كيانات الدول وانحسار الثروة عن بعضها كاسبانيا والبرتغال ودخول البعض الآخر مراحل الرفاهية الشعبية وارتفاع مستوى جودة الحياة وقيمتها كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا وأستراليا .

ثم حدث أن قامت الحرب العالمية الثانية التي أدت الى دمار القارة الأوروبية والتي أعيد بناؤها نتيجة مشروع مارشال الأمريكي ، وفي نهاية هذه الحرب وإعادة بناء أوروبا بدأت السياحة عصرا جديدا هو عصر السياحة الجماعية المنظمة ذات التكلفة المقبولة لدى طبقات الشعب المختلفة فدخلت السياحة عصرا ثانيا هو **عصر السياحة الاجتماعية** التي استمرت خلال الخمسينيات والستينيات والتي تميزت أيضا بدخول دول ومناطق جديدة مجال المنافسة في اجتذاب الاعداد المتزايدة من سائحي الدول المتقدمة لما تبين من أن للسياحة فوائد اقتصادية واجتماعية وحضارية واعلامية وسياسية مختلفة . وهذا هو **البعد الثاني للسياحة الدولية** .

ونتيجة للتطور الحادث في هذه الظاهرة الاجتماعية الهامة على مستوى العالم وبلوغها آفاقا ضخمة كميّا وكيفيّا ، أصبحت السياحة محور اهتمام كثير من الدول كقطاع انتاجي ذي أولوية وتطورت العلوم السياحية تطورا كبيرا بدخول جميع المستحدثات من البحوث العلمية والتكنولوجية الى مجال التطبيق السياحي

سواء على مستوى الادارة او التخطيط للتنمية السياحية او التنظيم السياحي او التسويق السياحي او التسهيلات السياحية او غير ذلك . وزاد الاهتمام بتطوير السياحة وتنميتها كقطاع انتاجي وخدمى فى ذات الوقت الى حد ان اختلقت السياحة بمجالات جديدة لم تكن تختلط بها من قبل مثل العمل على رفع مستوى البيئة والمحافظة عليها ، وزيادة الوعي بالمحميات الطبيعية والمتنزهات القومية ، وتطوير نشاطات الترويج وارتباط السياحة بها فى المجال التخطيطى ، واصبحت السياحة تعبيراً عن الرغبة فى رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئى ، واصبح للسياحة ابعاد صحية وترويجية وعمرانية وجمالية *Esthetic* تحب مراعاتها فى التنمية السياحية والا فسلت هذه التنمية فشلاً ذريعاً.

ولم تعد السياحة مجالاً لتجارب الخطأ والصواب من الهواة بل هى مجال لعمل العلماء المحترفين والمتخصصين الجادين ذوى الخبرة الطويلة ، وذلك بسبب صيورتها مجالاً للتطبيق العلمى المتقدم مثل علوم الاقتصاد الرياضى واقتصاد المساحات وتحليل التكلفة والمنفعة واقتصاد الاقاليم ونظريات الاحتمالات والمنفعة والالعب وجداول المدخلات والمخرجات وعلم النفس القياسى *Psycho metrics* وعلم الاجتماع القياسى *Socio metrics* ..... الخ .

### واصبحت السبعينات والثمانينات عصر سياحة التنوع *Diversification*

وهذا هو بعدها الثالث بما تنطوى عليه من اشتراك مئات الملايين وارتفاع مستوى السائحين وتعدد مستوياتهم واختلاف دوافعهم وسلوكياتهم وزيادة حدة المنافسة بين الدول والمناطق بما لا يدع مجالاً لخطأ أو بقاء واستمرار دون تطوير الى الافضل والا لخلقت الدولة عن الركب السياحي العالمى . واصبح واجب كل دولة مستقبله للسائحين ان تحدد اطار نهضتها السياحية فى صورة سياسة سياحية عامة ملزمة لكافة اجهزتها الرسمية حتى لا تتذبذب الحلول وتختلف باختلاف الاجهزة الرسمية او المسؤولين المتعاقبين ، وتتضمن هذه السياسة السياحية العامة تحديد الاهداف القومية للتنمية السياحية واساليب تحقيق هذه الاهداف ، ومن بينها تحديد هويتها السياحية ونوعية السائح ومختلف الانماط السياحية ذات الاولوية بما يعكسه كل ذلك على نوع التنمية السياحية المتوخاة وهل التنمية هى التنمية السريعة الخطى او التنمية المتقاه ، المتمركزة او المنتشرة .

وقد بلغت السياحة العالمية آفاقاً رحيبة - كما قلنا - اذ تجاوزت فى حجمها عبر الحدود الدولية وداخل اراضى مختلف الدول ٣٥٠٠ مليون زيارة سياحية وبلغ الانفاق السياحي والترويجي بما فيه من انفاق على النقل السياحي ١٨٠٠ بليون دولار امريكي ( او ١٨٠ ترليون دولار ) وهو ما يشكل نسبة ١٢ ٪ من الناتج الاجمالى العالمى ويزيد على ضعف حجم الانفاق على التسليح او الانفاق على الغذاء فى العالم عام ١٩٨٥ .

بهذا أصبحت السياحة بالفعل اكبر قطاع انتاجي في العالم، قبل نهاية القرن العشرين كما تصور علماء المستقبلات هيرمان كان ، وجان فوراستيه وغيرهما وهي بسبيل الخروج من القطاع الانتاجي الثالث Tertiary القائم على صناعة الخدمات لتشكل قطاعا انتاجيا رابعا بذاتها Quaternary لانها تضم حوالى ٥٥ مليون وظيفة في العالم اى حوالى ١٨ ٪ من القوة العاملة في العالم . ويمكن القول بذلك ان السياحة بعناصرها المختلفة من حيث هى نشاط نهائى ضخم بسبيل الدخول في اواخر الثمانينات واول التسعينات في البعد الرابع Fourth Dimension وهو بعد السياحة الشاملة Global Tourism الذى تصبغ فيه السياحة نشاطا انسانيا متكاملما يعتبر من اساسيات الحياة الحديثة في الدول المتقدمة وفي الدول النامية اذ تشير التنبؤات العلمية ان السياحة ستستمر في الزيادة خلال السنوات العشرين القادمة .

وقد ظل توزيع حركة السياحة الدولية ( فقط ) على مناطق العالم الست توزيعا غير متوازن تبعا لما يسود اتجاهات حركة السياحة الدولية من قوانين تحكمها مثل قانون الجوار وقانون التركز ، فاختصت اوربا بنصيب الاسد كما كان شأنها لعشرات السنوات وبلغت نسبة الحركة السياحية الدولية فيها حوالى ٦٨ ٪ بينما بلغ نصيب الامريكيين حوالى ١٨ ٪ . اى ان منطقتين فقط أختصتا بحوالى ٨٦ ٪ من حركة السياحة الدولية وتقاسمت النسبة الباقية وهى ١٤ ٪ مناطق العالم الباقية وهى افريقيا والشرق الاوسط وجنوب آسيا وشرق آسيا والباسيفيك . وبلغ نصيب افريقيا حوالى ٢٥ ٪ بينما بلغ نصيب الشرق الاوسط ٢ ٪ .

#### السياحة الدولية لمصر

اما مصر ، وتنتمى لمنطقة الشرق الاوسط سياحيا ، فقد بلغ نصيبها من الحركة السياحية الدولية حوالى ١٨٥١٨٠٠٠ زيارة سياحية شاملة جميع انماط السياحة بما يعنى نسبة ٠.٤٦ ٪ من هذه الحركة وحوالى ٢٢ ٪ من حركة السياحة الى منطقة الشرق الاوسط في عام ١٩٨٥ . اما في سنة ١٩٨٦ فقد هبط عدد الزيارات السياحية الدولية الى مصر الى ١١٨٠٠٠ زيارة بما يعنى ٠.٣٨ ٪ من حركة السياحة الدولية التى بلغت ٣٤٠ مليون زيارة ، وحوالى ١٨٩ ٪ من حركة السياحة الدولية الى الشرق الاوسط

ونلاحظ انه في السنوات الاخيرة تذبذبت اعداد السائحين وارقام الليالى السياحية صعودا وهبوطا على النحو الذى يبينه الجدول التالى :



السنة	عدد الزيارات السياحية بالآلاف	الليالي السياحية بالآلاف	نسبة التغير في عدد الزيارات السياحية	نسبة التغير في الليالي السياحية
١٩٧٨	١٠٥٢	٧١٠٠	+ ٢ ٥ ٪	+ ٦ ١٢ ٪
١٩٧٩	١٠٦٤	٧١٠٠	+ ٧ ١٧ ٪	صفر
١٩٨٠	١٢٥٣	٨٠٨٢	+ ٧ ١٧ ٪	+ ٨ ١٣ ٪
١٩٨١	١٣٧٦	٩٨٠٦	+ ٨ ٩ ٪	+ ٢ ٢١ ٪
١٩٨٢	١٤٢٣	٩٣٠٢	+ ١٩ ٢ ٪	- ١٣ ٥ ٪
١٩٨٣	١٤٩٨	٨٨٢٧	+ ٢ ٥ ٪	- ١ ٥ ٪
١٩٨٤	١٥٦١	٨٥٧٢	+ ٢ ٤ ٪	- ٨ ٢ ٪
١٩٨٥	١٥١٨	٩٠٠٧	- ٧ ٢ ٪	- ٥ ٠ ٪
١٩٨٦	١٣١١	٧٨٤٧	- ٦ ١٢ ٪	- ١٢ ١ ٪
١٩٨٧	١٧٩٤	١٥٨٩١	+ ٣٧ ٪	+ ٥ ١٠ ٪

وهذا التذبذب الظاهر في الحركة السياحية الدولية الى مصر لا يتفق مع نسبة التغير التي تعتمد حركة السياحة الدولية وكذلك يختلف اختلافا جوهريا عن نسب التغير في حركة السياحة الدولية الى الشرق الاوسط .

غير انه يتلج الصدر ان حركة السياحة الدولية الى مصر قد زادت خلال الشهور المختلفة لعام ١٩٨٧ على الوجه التالي :

١ - زادت عدد الزيارات السياحية خلال التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٧ ( يناير - سبتمبر ) من ٩٧٥٨١٥ زيارة خلال نفس المدة عام ١٩٨٦ الى ١٣٣٩٦٤٨ بنسبة زيادة قدرها ٣٧٢٪ وهي نسبة زيادة كبيرة .

٢ - زاد عدد الليالي السياحية خلال نفس المدة ( يناير الى سبتمبر ١٩٨٧ ) من ١٢٨٨٨٢٩ ليلة خلال التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٦ الى ١٢٦١١٦٦ ليلة

بنسبة زيادة قدرها ١٠٨٤٪ وهي نسبة زيادة ضخمة .

٣ - زاد معدل الإقامة في التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٧ عن معدل الإقامة خلال التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٦ من ٦٢ ليلة الى ٩٤ ليلة بنسبة زيادة قدرها ١٥١٪ .

وهذه النتائج الايجابية في حركة السياحة الدولية هي محصلة عدة عوامل وثبت آثارا تراكمية منذ عدة سنوات قوامها بمئات الصداقة المتعددة الى دول مختلفة مثل الولايات المتحدة وكندا والمانيا وايطاليا وغيرها ، ولوبرا عابدة الاقصر التي لفتت انظار العالم الى مصر بالدعاية السابقة لها والمعاصرة واللاحقة ، وتحسن

العلاقات مع الدول العربية ، وتكثيف الجهود الاعلامية في الدول المختلفة ، فضلا عن مجهودات شركات السياحة المصرية التي زاد عددها زيادة كبيرة وكذلك رفع اسعار صرف السوق الحرة بنسب كبيرة تصل الى ٦٠ ٪ التي أحدثت تخطلا في الاسعار السياحية العالمية بالنسبة لمصر فأصبحت دولة رخيصة الخدمات بالمقارنة الى غيرها من الدول المنافسة لها . واخيرا ايجاد منافذ جديدة للسياحة الترويجية على ساحل البحر الاحمر والنشاط المتزايد للسياسة الخارجية لمصر . ان لم نقم باصلاح ما اعوج من مكونات صناعة السياحة في مصر بصورة عاجلة جدا وفعالة ، فانه يخشى أن يهبط ائد السياح الى مصر في عام ١٩٨٩ عما هو عليه الآن سنة ١٩٨٧/١٩٨٨ .

### مستقبل التدفق السياحي الراهن

والسؤال الذي يفرض نفسه في هذا المجال هو كيف يمكن المحافظة على هذا التدفق السياحي المتزايد على مصر .

طرح هذا السؤال شعبة السياحة بالمجلس القومي للانتاج في جلستها المنعقدة في يوم السبت ١٩٨٧/١١/٢١ برئاسة السيد الأستاذ الدكتور محمد عبد القادر حاتم المشرف العام على المجالس القومية وحضور السيد الأستاذ فؤاد سلطان وزير السياحة والطيران المدني .

وقد دارت معظم المناقشات في الشعبة مفترضة ان هذه الزيادة الحادثة في المد السياحي الى مصر هي حقيقة واقعة ولدت لتبقى وانه من السهل الحفاظ عليها نظرا لعظمة المقومات السياحية التي تتمتع بها مصر بالمقارنة مع غيرها من الدول . ولاشك ان هذا الفرض خاطيء لانه يتجاهل حقائق كثيرة جغرافية وسلوكية ونفسية واقتصادية وقوانين تحكم حركة السياحة الدولية من ناحية ، وعناصر قوة وعناصر ضعف تحكم العرض السياحي في مصر من ناحية أخرى . فالعرض السياحي وحده لا يكفي خاصة اذا كن هذا العرض تعتوره معوقات كثيرة لايزال غالبيتها قائما بل يتزايد . وليست الزيادة الحادثة خلال الاشهر التسعة او العشرة الاولى من عام ١٩٨٧ الا رد فعل مؤقت للتدهور الذي اصاب السياحة المصرية خلال عام ١٩٨٦ ومن قبله خلال النصف الثاني ما سنة ١٩٨٥ . **ورد الفعل هذا يتسم في نظرنا بالتأقيت .** ولذلك فاننا نعتقد اعتقادا يبرره تنبؤ علمي ان هذه الزيادة الحادثة ستترجع خلال العام القادم ١٩٨٩ وستظل تتراجع ما لم نندارك ما لدينا من معوقات فنصلحها ونستبدل بها عناصر قوة وتسهيلات .

وقد ناديت في تقاريرى السابقة التي قدمت في الاعوام ١٩٨٥ و ١٩٨٦ و ١٩٨٧ لشعبة السياحة بضرورة معالجة هذه المعوقات وفي ذات الوقت تطوير التسويق المصرى في الخارج منتها الى مجموعة من التوصيات المتكاملة التي تبينها الأمانة

العامة للمجالس القومية بالكامل في ورقة العمل التي قدمتها للشعبة بمناسبة التساؤل المطروح عن كيفية المحافظة على التدفق السياحي المتزايد على مصر .

وستتعرض لمعظم هذه التوصيات في الباب السابع من الكتاب علاجا للمعوقات التي تعترض طريق تنمية السياحة الدولية الى مصر .

### الدخل السياحي المصري :

اما دخل مصر الحقيقي من السياحة فيصعب تقديره تقديرا علميا سليما نظرا لضعف نظامنا الإحصائي ولتعدد أبعاد الصرف للعملة الحرة . غاية الأمر فإن الذي يمكن التعويل عليه هو التحويلات المصرفية الرسمية وهي أن لم تمثل الدخل السياحي الحقيقي إلا أن المقدّر هو أن نسبة التسرب الى السوق غير الرسمية لا تزيد عن ٤٠ ٪ . وعلى ذلك فإنه يمكن القول بكثير من الدقة أن الدخل السياحي الحقيقي لمصر عبر السنوات الخمس الأخيرة لا يزيد عن التحويلات المصرفية الرسمية طبقا لإحصاءات البنك المركزي إلا بنسبة تدور حول ٤٠ ٪ صعودا وهبوطا (١) وذلك قبل تقرير سعر صرف السوق الحرة . وبذلك يمكن القول بأن الدخل السياحي في مصر في السنوات الخمس الأخيرة كما يلي :

---

(١) تقدير الدخل السياحي الحقيقي لمصر لا يمكن أن يتم إلا بدراسات ميدانية دقيقة داخل مصر وخارجها في الاسواق السياحية المختلفة مع استخدام عمليات إحصائية متقدمة وهو ما لا يتوافر وقد قامت شعبة السياحة بعمل دراسة دقيقة الى حد كبير للإيرادات السياحية عام ١٩٨٠ التي تبين أن نسبة التسرب وقتئذ كانت في حدود ٢٠ ٪ .

السنوات	الدخل السياحي الدولي بالليون دولار	المصرفية بالليون جنيه	نسبتها من الدخل السياحي الدولي	نسبتها من الدخل السياحي لنطقة الشرق الوسط	الدخل السياحي للتصدير بالليون جنيه	معدل الليالي السياحية
١٩٨١	١.٣	٢١٩٤	%٠.٣١	%٩.٢٥	٤٤٧١٦	٩٨٠.٦٠٠٠
١٩٨٢	٩٧٤	٢٨٩٢	%٠.٣٩	%٨.٨٤	٤٠.٤٨٨	٩٢٠.٩٠٠٠
١٩٨٣	٩٧٥	٢٣٥٢	%٠.٣١	%٧.١٢	٣٢٩٢٨	٨٨٨٧٧.٠٠٠
١٩٨٤	١٠.٠٨	٢٧٢٥	%٠.٣٧	%٦.٨١	٣٨.٠٠٨	٨٥٧٢.٠٠٠
١٩٨٥	١.٥	٣٣٩	%٠.٣٣	%٧.٥٣	٤٧٤٢٦	٩٠٠.٧٠٠٠
١٩٨٦	١١٥	٣١١	%٠.٣٧	%٨.١٨	٥٣٥٤	٧٨٠.٠٠٠٠

## متوسط الانفاق السياحي اليومي :

ويقسم التحويلات المصرفية والدخل السياحي التقديرى ( وهو يزيد عن التحويلات المصرفية الرسمية بنسبة ٤٠ ٪ ) على عدد الليالى السياحية ويبين ان متوسط الانفاق السياحي اليومي في مصر كالآتي :

سنوات	١ على أساس التحويلات المصرفية بالجنيه المصرى	٢ على أساس الدخل التقديرى بالجنيه المصرى	متوسط الانفاق بالدولار الأمريكى ١ ٢
١٩٨١	٣٢٥	٤٥٦ جنيه	٣٩ ٥٤٩
١٩٨٢	٣١٠	٤٣٠ جنيه	٣٧ ٥٢٤
١٩٨٣	٢٦٦	٣٧٣ جنيه	٣٢ ٤٤٩
١٩٨٤	٣١٧	٤٤٤ جنيه	٣٨ ٥٣٤
١٩٨٥	٣٧٦	٥٢٧ جنيه	٢٧ ٣٩
١٩٨٦	٣٩٨	٥٥٨ جنيه	٢٩ ٤١٣

وهذا التقدير من الانفاق السياحي اليومي في مصر يعتبر متواضعا للغاية وبخاصة ان سعر الصرف ليس في صالح الجنيه المصرى ورغم ما تزخر به مصر من مقومات سياحية طبيعية وحضارية واثرية متعددة ، ولذلك فقد تضمن الاطار العام للخطة الخمسية الثانية للسياحة ٨٨/٨٧ - ١٩٩٢/٩٧ استهداف بلوغ متوسط الانفاق السياحي اليومي مائة دولار أمريكى يوزع بنسب تقديرية على الوجه الآتى :

٣٠٪	اقامة
٣٠٪	طعام وشراب
٢٠٪	تنقلات داخلية
١٥٪	مستلزمات
٥٪	مزارات

١٠٠٪

ومفاد ما تقدم ان الدخل السياحي الاجمالى لمصر ، ومتوسط الانفاق اليومي للسائح ، ومعدل الإقامة ( تراوح معدل الإقامة خلال السنوات السابقة بين ٥ - ٦ ليلة ) لا يتفق مع مكانة مصر السياحية ولو انها لاتزال تعتمد أساسا على السياحة الأثرية ( وهى جزء من السياحة الثقافية التى لا تزيد نسبتها عن ١٠٪ )

من حركة السياحة العالية ) هذا فضلا عن أن مصر تقع جغرافيا في حوض البحر المتوسط حيث توجد شمالا إيطاليا وفرنسا وأسبانيا وهي ثلاث دول سياحية عريقة تستقل بنسبة ٤٠٪ تقريبا من حركة السياحة العالية (٣٩٥٪ عام ١٩٨٥ ) وحيث توجد كذلك دول ذات ثقل سياحي متزايد كالليونان ويوغوسلافيا وتركيا وتونس والمغرب وقبرص وكلها دول جاذبتها السياحة الاجتماعية تفوق الجاذبية الجماهيرية المتاحة لمصر حتى الآن نظرا لأن هذه الدول تعطى لسياحة الشواطئ والترويح أهمية كبيرة .

**وأسباب تأخر النمو السياحي في مصر عديدة ومتنوعة** وتشمل بوجه عام قصور المرافق العامة الأساسية في مختلف المدن والمناطق السياحية ، وعدم النظافة ، وتعدد بل تضارب جهات الاختصاص على المستويات الرسمية المركزية والمحلية ، وعدم تطوير المناطق السياحية الأثرية بما يتناسب مع أهميتها كعناصر جذب رئيسية ، وعدم ثبات القرارات الاقتصادية المؤثرة في السياحة وبوجه خاص قرارات أسعار الصرف بما ينعكس سلبيا على أسعار الخدمات السياحية وعلى عائد الاستثمار في المشروعات السياحية والإيرادات السياحية الأجمالية والمضافة بوجه عام ، وتقليدية التنظيم السياحي الرسمي وعدم ديناميكيته ، وقصور الاعتمادات المخصصة للتسويق السياحي في الخارج مع تواضع مستوى الأداء في مجهوداتنا التسويقية ، وعدم انتهاز سياسة فعالة للتدريب السياحي والفندقي وضعف مستوى الخدمات السياحية نتيجة لذلك ، وغير ذلك من الأسباب .

وتدور هذه الأسباب وغيرها في فلك واحد هو غياب سياسة سياحية عامة علمية وثابتة ملزمة تترجم الى استراتيجيات علمية واقعية بلوغ الاهداف السامية والمحددة وفق برنامج زمني محدد يقترن بخطة قابلة للتنفيذ تنظيما وفنيا وماليا وبشرياً (١) .

وتختلف هذه الأسباب من حيث قوة تأثيرها العكسي على السياحة في مصر فمنها ما لا يكون تأثيره مباشرا وفوريا وهي غالبا الأسباب المتصلة بقطاع السياحة ذاته ومنها ما يكون تأثيره غير مباشر يشكل بوجه عام مناخا غير موات للتنمية السياحية . ولكي تصل الى تحديد مدى تأثير كل سبب من هذه الاسباب على السياحة فانه لابد من اجراء دراسات ميدانية متعمقة داخل مصر وخارجها لتحديد اعتبارات الوزن النسبي لكل من هذه الاسباب ثم لسؤال منظمي الرحلات الشاملة وشركات السياحة والسائحين في الأسواق المصدرة للسائحين ثم شركات السياحة المصرية والسائحين الدوليين والوطنيين في الداخل ، ثم اجراء جداول المدخلات والمخرجات لتحديد العلاقة الاقتصادية بين قطاع السياحة وسائر القطاعات الانتاجية كالزراعة والصناعة وغيرها وتحديد الطلب الوسيط والطلب النهائي لكل من هذه القطاعات المتداخلة .

---

(١) تراجع دراسة معوقات التنمية السياحية في مصر واقتراحات علاجها التي قدمت منا الى وزارة السياحة بناء على طلبها عام ١٩٨٢ ص ٧٠ .

## الباب السابع

### معوقات التنمية السياحية في مصر واقتراحات علاجها

#### الفصل الأول

##### المعوقات

لا ندعى ، ولا يمكن أن يكون مثل هذا الادعاء صحيحا ، بأن السياحة وحدها هي الحل الأمثل للخروج من المشكلة الاقتصادية ولكنها ولاشك عامل مساعد لذلك إن أحسن استخدامها كأداة لسياسة اقتصادية جديدة تقوم على تعبئة الموارد المصرية المتاحة وإدارتها إدارة علمية سليمة .

وأمامنا أمثلة عديدة لدول بدأت رحلتها السياحية في الخمسينات او الستينات وبلغت في إيراداتها السياحية مكانا مرموقا ساعد من ناحية على زيادة مواردها الخارجية من العملات الحرة وفي ذات الوقت كانت السياحة أداة لتحريك النشاط الاقتصادي فيها بنتوء صناعة وطنية ساهمت مساهمة فعالة في زيادة اندخل القومي مثل يوغوسلافيا وبلغاريا وتركيا وقبرص وتونس .

والمعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية الدولية في مصر والسياحة الداخلية كثيرة ومتنوعة الجوانب كما قلنا آنفا ومتشعبة يكابدها كل من يعمل في القطاع السياحي بمكوناته المختلفة من فنادق وأماكن الإقامة السياحية الأخرى ، وشركات سياحية ، ووسائل نقل ، وصناعة وتجارة العاديات والسلع السياحية والمنشآت السياحية من مطاعم ومقاه وملاهي وغير ذلك ، وكذلك وبوجه خاص المستثمر . ولقد آن الآوان لكى يدق ناقوس الخطر لأن استنزاف هذه المعوقات أكثر وأكثر من شأنه القضاء على مستقبل السياحة في مصر .

ولذلك فإننا سنحاول في هذا المجال الإحاطة بأساسيات هذه المعوقات الداخلية في مصر والمؤثرة في الحركة السياحية بصورة مباشرة بقدر ما استطعنا البحث في الأطار الزمني المتاح . وسنسير في تصنيف هذه المعوقات على نهج يخرج عن التصنيف

الوظيفى الذى يساير مكونات صناعة السياحة او التصنيف التشغيلى الذى يتبع الترتيب المنطقى لدورة السائح الزائر لمصر او التصنيف الذى يتبع مصادر هذه الموقوفات . وهو ما اتبعته دراسة الموقوفات التى وضعها المؤلف بناء على طلب وزارة السياحة عام ١٩٨٢ ، فنقسمها الى مجموعات ثلاث فقط ينتظم كل منها انواعا من الموقوفات يربطها رباط مشترك هو ان تكون نابعة من خارج القطاع السياحى ذاته او من داخله ليسهل بعد ذلك وضع مقترحات حلها .

ولن نعرض هنا لاية موقوفات نابعة من ظروف الدول المصدرة للسائحين سواء اكانت راجعة الى سياسات بعض هذه الدول او الى عنصر المنافسة الدولية او الى اتجاهات حركة السياحة الدولية ذاتها . فذلك مجاله دراسة ميدانية تسويقية يتعين ان تتم فى الاسواق المصدرة للسائحين ذاتها .

### **اولا : تصنيف مجموعات الموقوفات :**

تنقسم الموقوفات التى تؤثر سلبا على تقدم السياحة فى مصر الى ثلاث مجموعات رئيسية :

#### **المجموعة الاولى - تنتظم الموقوفات المتعلقة بالاجراءات الحكومية المركزية :**

وهذه يمكن ان يندرج تحتها الانواع التالية من الموقوفات :

- ١ - عدم اعطاء السياحة قطاع هام من قطاعات التنمية ما تستحقه من اولوية .
- ٢ - اجراءات الحدود .
- ٣ - الاجراءات الاقتصادية والمالية والجمركية .
- ٤ - اجراءات النقل والمواصلات .
- ٥ - تضارب اختصاصات الوزارة والأجهزة الرسمية .
- ٦ - اجراءات الاستثمار .
- ٧ - ضعف مستوى المرافق الأساسية .
- ٨ - قصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث والاحصاءات والاعلام السياحى .

ويدخل فى كل من الانواع السابقة عدد متباين من الموقوفات والمشاكل .

#### **المجموعة الثانية - تشمل الموقوفات النابعة من داخل القطاع السياحى نفسه بمعناه الواسع .**

وهذه يمكن ان يندرج تحتها الانواع التالية من الموقوفات :

- ١ - روتينية التنظيم السياحى وعدم ديناميكيته .
- ٢ - ضعف فعالية مجهودات التسويق السياحى فى الخارج .



- ٣ - انتفاء وجود سياسة للتدريب السياحي والفندقى .
- ٤ - هبوط مستوى الثروات السياحية كعناصر جذب .
- ٥ - تخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة .
- ٦ - عدم التكامل بين السياحة والطيران في البرامج والأسعار .
- ٧ - عدم اتباع سياسة تسعيرية علمية سليمة للخدمات الفندقية .
- ٨ - ضعف الرقابة على الخدمات السياحية لضمان مستوى مرتفع لها يمكن من صمود مصر في مجال المنافسة الدولية .
- ٩ - تعدد أوجه مضايقات السائح ( الشقق المفروشة - الملاهي - محلات العاديات والسلع السياحية - الجمالة والخيالة في منطقة الهرم ... الخ ) .
- ١٠ - مشاكل القطاع العام السياحي وبوجه خاص إدارة القطاع الفندقى ( زيادة العمالة ضعف الانتاجية - ارتفاع التكاليف - ضعف مستوى الخدمات - زيادة الخسارة ... الخ ) وقد صفت هذه الإدارة تقريبا أخيرا .
- ١١ - ضعف البحوث والنظام الإحصائى .

### **المجموعات الثالثة - تضم الموقات المتصلة بنشاط الميطيات :**

وهذه تشمل الأنواع الآتية من الموقات :

- ١ - عدم اتخاذ ما يلزم من اجراءات حاسمة لمواجهة ظاهرة انتشار القمامة والمخلفات فى الشوارع .
- ٢ - زيادة حدة التلوث عن المعدلات المقبولة .
- ٣ - عدم التشجير وعدم انتشار المناطق الخضراء .

ولن نستطيع المضى فى تفصيل جميع هذه الموقات والا استغرق ذلك مجلدا ضخما ، ولذلك فاننا نكتفى فى هذا التقرير بشرح أهم هذه الموقات والتي تمثل عقبات أساسية فى سبيل التنمية السياحية كما يلى :

### **١ - السياحة لا تحظى كقطاع اقتصادى بالأهمية التى تستلها على مستوى الدولة وأثر القرارات الحكومية على الاستثمار السياحى .**

رغم كثرة الكلام حول أهمية السياحة للاقتصاد القومى مؤخرا ووروده صراحة فى خطاب التكليف بتشكيل الوزارة الذى أرسله السيد رئيس الجمهورية لرئيس الوزارة فى التشكيلين الآخرين ، فانها لا تزال - وفى الحقيقة - قطاعا غير هام من قطاعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لوجود بعض الأصوات التى ترتفع غير مؤمنة بها من ناحية ، ولعدم انتاجية قطاع السياحة فى الاقتصاد القومى حتى

الآن من ناحية أخرى الأمر الذى يعزوه كثير من رجال الأعمال السياحيين الى عدم اهتمام الدولة ووجود كثير من المعوقات امامهم . فكان المسألة فى النهاية هى سبب ونتيجة فى ذات الوقت .

ولعل عدم اهتمام الدولة بقطاع السياحة متمثل فى عدم وجود محاولات جادة لحل مشكلات هذا القطاع رغم إعادة تنظيم المجلس الأعلى للسياحة ( بالقرار الجمهورى رقم ٢٢٦ لسنة ١٩٨٥ ) ، والذى عرضنا لبعض الجوانب السلبية فيه . فالمجلس الأعلى للسياحة موجود على مسرح الواقع منذ سنة ١٩٥٣ اذ انشئ بالقانون رقم ٤٤٧ لسنة ١٩٥٣ واعيد تنظيمه عدة مرات ولم يثبت فعاليتيه مطلقا خلال كل هذه السنوات . واذا كان اجتماعه قد تكرر فى الستين الأخيرين الا انه لم يقيم بفاعله مطلوب منه الا فى بعض الأمور الحدودية التى لم يظهر أثرها عمليا الا فيما ندر . ووزارة السياحة لا ينظر اليها على انها وزارة هامة ولا تعطى من الامكانيات ما يمكنها من مباشرة عملها فى تنمية السياحة فى مصر ليس من حيث الاختصاصات فقط ، ولكن من حيث المخصصات المادية التى تمكنها من اقيام بمختلف الدراسات والخطط اللازمة لتطوير وتنوع المنتج السياحى وبحوث الاسواق الدولية ، وعقد المؤتمرات الدولية ، والقيام بالتدريب السياحى المتعدد التخصصات والمستويات ، واخيرا ما يلزم للقيام ببعض المشروعات الرائدة فى المناطق السياحية الجديدة كمثل حى امام المستثمرين .

وفضلا عما تقدم فان تأثير وزارة السياحة على غيرها من الوزارات فيما يتصل بالتنمية السياحية غير قائم فى الغالب من الحالات وذلك انعكاس لاهمية السياحة كقطاع ذى اولوية او عدم اهميتها . فمن ناحية تضارب القوانين المانحة لاختصاصات بعينها لوزارة السياحة مع قوانين أخرى تنظم اختصاصات وزارات أخرى ، ومن ناحية ثانية ورغم ما استقر من اعتبار السياحة مرفقا ذا طبيعة خاصة ، الا ان اختصاصات الحافظين لاتزال تتداخل فى السياحة بشكل او بآخر . وبالإضافة الى ذلك كله فان السياسات الاقتصادية التى تتبعها وزارة الاقتصاد تؤثر تأثيرا مباشرا على السياحة ورغم ذلك لا تؤخذ المصالح السياحية فى الاعتبار عند وضع وتبنى هذه السياسات .

واخيرا فان ما درجت عليه الدول السياحية من اسس لمساعدات الدولة لقطاع السياحة غير مطبق تطبيقا كاملا ومستمرا فى مصر مثل المنح النقدية والعينية للمشروعات الهامة ، والاعفاء الجمركى الكامل لمستلزمات الانتاج ، وسمو الطاقة المخفض ، والقروض الطويلة الأجل بفوائد منخفضة وغيرها . وقد يرد على ذلك بعدم قدرة الدولة ماديا على اعطاء هذه المساعدات للمستثمرين ولكن هذا الرد لا ينفى حقيقة هامة هى ان الدولة لا تعطى السياحة مثل هذه الاهمية التى تعطىها لها دول كثيرة منها دول نامية اقل مستوى من مصر .

وقد ترتب على تعدد أسعار الصرف ، وتقلص سياسة الائتمان ، وارتفاع سعر الفائدة في مصر ، الإضرار بكثير من المشروعات الاستثمارية السياحية إذ تضاعفت القروض نتيجة ارتفاع سعر الدولار وقلة الموارد نتيجة هبوط الحركة السياحية مما أدى ببعض هذه المشروعات الى خفض اسعارها خفضا كبيرا ساهم في وجود منافسة غير صحيحة مع المشروعات الأقل درجة من حيث أسعار خدماتها ويؤدي ذلك الى اختلال السوق السياحي في مصر .

فضلا عما يؤديه ذلك من معاناة المشروعات السياحية اقتصاديا وعرض بعضها للبيع .

واخيرا فان اصدار تراخيص المشروعات السياحية يجب ان يقتصر على وزارة السياحة دون المحليات التي يكفي اختصاصها باصدار تراخيص المباني .

### ٣ - اجراءات الحدود :

رغم ما طرأ من تحسن ملموس على اجراءات الحدود في مصر من اجراءات التأشيرات والجوازات بالمطارات والموانئ ( رغم بدء هذه الاجراءات في اوقات اللدوة ) ، واجراءات الجمارك ، وخدمات الامتعة بالمطارات وغير ذلك ، الا ان الواقع ان هذه الاجراءات لاتزال دون المستويات المتعارف عليها دوليا في الدول السياحية ، ولا تزال هذه الاجراءات محل شكوى كثير من السائحين وشركات السياحة الدولية .

ولعل اهم مجالات هذه الشكوى هي حالة النظافة في المطارات والموانئ وبوجه خاص دورات المياه ، وموضوع الاستبدال النقدي ( ١٥٠ دولارا ) كشرط لدخول مصر ما عدا المجموعات السياحية (١) ، وارتفاع رسوم التأشيرات في قنصلياتنا بالخارج ، وعدم الاعلان عن أسعار العملات الحرة في فروع البنوك بالمطارات وعدم استجابة البنوك في غالب الأحيان لاعادة تحويل ما يبقى مع السائح من عملة مصرية الى العملة الحرة التي قام بالتحويل منها ابتداء ، وما تستغرقه عملية الكشف في قوائم المعنوعين من الدخول من وقت طويل أحيانا ... الخ .

### ٣ - الاجراءات الاقتصادية والمالية والجمركية :

(١) رغم ان المادة ١٥ من القانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ بشأن الاستثمار تنص على استثناء المعدات والآلات وغيرها التي تدخل في انشاء المشروعات الاستثمارية من اجراءات البت ، الا ان هذا النص معطل بحكم ما كان سائدا من نظام العرض على لجنة ترشيده الاستيراد مما كان يؤدي الى تأخير الافراج عن هذه المعدات والآلات والادوات ويكبّد المشروعات تكاليف اضافية . اما الآن وبعد الغاء لجان الترشيده فقد تكفلت قوائم المستوردات المعنوعة بتعطيل هذا النص

(١) انظر هذا الشرط مؤخرا .

مرة أخرى وفضلا عن ذلك تذبذب سياسة الاعفاء من الرسوم الجمركية لمستلزمات انتاج المشروعات السياحية طبقا للقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ بشأن المنشآت السياحية ووضع قوائم سلعية تغمر بتغير سياسة الاعفاء الجمركي بأثر فوري دون منح أجل لتصفية المستوردات طبقا للقوائم السابقة وهو ما قد يؤثر في الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية (١) .

(ب) قيام بعض المحافظات وأجهزة الحكم المحلى وغيرها من الجهات الحكومية الرسمية كهيئة الآثار بفرض أو زيادة رسوم على بعض المناطق السياحية والمتاحف والأنشطة السياحية المختلفة كالفنادق والملاهي وبعض وسائل النقل وغيرها دون الرجوع الى وزارة السياحة مما اثار في كثير من الاحوال شكاوى شركات السياحة العالمية والسائحين وشركات السياحة المصرية لأن زيادة هذه الرسوم أو فرض الجديد منها فضلا عن أنه يؤثر على سعر الرحلة السياحية الى مصر ويضعف مركز مصر التنافسي ، فان هذه الزيادة التي تتم بأثر فوري خلال الموسم السياحي من شأنها اثارة المشاكل بين العناصر السياحية المختلفة نتيجة عدم رغبة أبها في تحملها بعد اتمام الاتفاق على تفاصيل الرحلات الجماعية والفردية وتكليفها . ان ذلك يقتضى منع هذه الجهات من اصدار هذه القرارات حتى توافق وزارة السياحة وفي المواميد التي ينص عليها القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ .

(ج) ان تدبير العملة الحرة لعدد الالتزامات السياحية المختلفة للخارج من اهم ما يعوق حركة المشروعات السياحية الاستثمارية والمنشآت السياحية المختلفة ووكالات السفر والسياحة في مصر .

(د) القرارات الاقتصادية السارية حاليا تفرض عتبا على شركات السياحة تمديداتها المتكررة ، وآخرها القرار الوزاري رقم ١٩٨٦/١٩٧ الصادر بتاريخ ٨٦/١٢/٩ والذي يوجب التعامل بين الشركات السياحية والفنادق بالنسبة للتعاقدات المستقبلية بالدولار الأمريكى أو أى عملة أخرى قابلة للتحويل مع جواز الدفع بالجنيه المصرى عند استحقاق السداد وذلك وفقا لسعر الصرف السائد في مجمع البنوك في ذلك التاريخ ولكي ينفذ هذا القرار بسهولة ويسر يجب النفاء نظام التجنيب السائد حاليا والذي بمقتضاه تضع الدولة يدها على نسبة ٩٠٪ من تحصيلات شركات السياحة بالعملة الحرة ، وتترك للشركات نسبة ١٠٪ لاستخدامها في الوفاء بالتزاماتها

---

(١) صدر القانون رقم ١٦٨ لسنة ١٩٨٦ بتنظيم الاعفاءات الجمركية .

واحتياجاتها من السلع الاستثمارية أو الوسيطة أو الاستهلاكية أو مستلزمات التشغيل والتسويق وبالتالي توسيع نشاطها . وحتى يخضع الصرف من النسبة الروتينية لموافقة وزارة السياحة مهما كانت ضالة المبلغ المطلوب ومهما كانت أهمية الفرض . وتتساءل الشركات عن جدوى هذا القرار اذا كان نظام التجنيب سيظل سارى المفعول خاصة وان هدف أى من هذه القرارات هو تعظيم العائد بالعملات الحرة للنظام المصرفى الرسمى للدولة .

#### ٤- ضعف الاعتمادات المخصصة لوزارة السياحة في ميزانيتها وفي ميزانية الجهات التابعة لها للقيام بما يلزم نحو :-

( أ ) لتدريب السياح على المستوى الواجب فنيا وحجما لمواجهة التطور السياحى الذى يستلزم تدريب أعداد متزايدة من الشباب على الخدمات السياحية . وقد أشارت خطة أعداد مصادر الثروة البشرية التى أعدها المجلس القومى للإنتاج والشئون الاقتصادية عام ١٩٧٧ الى الحاجة الى تدريب ما لا يقل عن خمسين الفا مما دعا الى اقتراح انشاء ١٥ مركز تدريب ( بمستوياته الثلاثة المهنى الأساسى والإشرافى والإدارة العليا ) فى سنة ١٩٨٠ الأمر الذى لم يحدث . ان مشاكل أعداد العمالة الملائمة لجميع التخصصات السياحية يقضى انشاء هيئة متخصصة للتدريب تتبعها كل مراكز التدريب الموجودة والمستقبلية كما هو معمول به فى بريطانيا حاليا . ويجب ان يبدأ التدريب بالعاملين الحاليين فى القطاع على مختلف مستوياتهم واعتبار التدريب لازما للترقية فضلا عن ايجاد برامج ودورات تدريبية جوية للمحافظات المختلفة .

( ب ) اجراء ما يلزم من احلال وتجديد للفنادق القائمة وبخاصة فنادق القطاع العام . ولاشك أن الاتفاق كما يجب على الاحلال والتجديد لهذه الفنادق يمنع تدهور مبانيها ومعداتها وتأثيثها ويحول دون مواجهة انشاء فنادق جديدة بدلا منها تتكلف مبالغ تزيد عشرات المرات عن المبالغ المطلوبة لهذا التجديد والاحلال .

( ج ) استكمال المشروعات الجارى تنفيذها وخاصة فيما يتعلق بتدبير النقد الأجنبى اللازم لهذا الاستكمال وخاصة بواسطة شركات القطاع العام . ان جزءا كبيرا من الاعتمادات المخصصة لهذا الفرض يكون فى شكل تسهيلات يصعب استخدامها بل يستحيل فى بعض الأحيان .

( د ) تعميق مجهودات التسويق السياحى الخارجى فى الأسواق القائمة وفتح أسواق سياحية جديدة لجذب مزيد من الحركة السياحية . ويقتضى ذلك

رصد اعتمادات كافية للبحوث والدراسات التسويقية الميدانية والمكتبية باستخدام ذوى الخبرة المصرية والتخصص العلمى السياحى الدقيق مستعينين كلما لزم الأمر بالخبرة الأجنبية . ويتمين وضع برامج متطورة واعتمادات كافية لمكاتبنا السياحية الخارجية بعد اعادة تقييمها وتحديثها وتدعيمها بالخبرات المناسبة المدربة تدريباً كافياً لجعلها نوافذ حقيقية لمصر فى الخارج تستطيع التغلغل فى الأسواق السياحية بصورة جادة وعلمية وفعالة ورفع مستوى الصورة السياحية لمصر فى الخارج . ولايزال صندوق التنشيط السياحى الذى تم انشاؤه بالاتحاد المصرى للغرف السياحية فى بداية نشاطه المسند اليه فى لائحته وهو دعم مجهودات التسويق السياحى بالخارج لعدم مساهمة قطاع الأعمال السياحية فى تمويله مساهمة فعالة .

## ٥ - ضعف مستوى المرافق الأساسية

لعل أهم ما يميز الدول السياحية المتقدمة مثل إيطاليا والولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا هو أنها متقدمة المرافق الأساسية ولا يموزها فى أى منطقة من مناطق الجذب السياحى بها وجود شبكات القوة المحركة والمياه ( سواء اكان مصدرها الأنهار أو تخزين الأمطار أو ازالة ملوحة البحر ) والصرف الصحى والطرق بكفاءة أنواعها ومستوياتها وشبكات الاتصالات التليفونية والبرقية . بل اننا لانزال نذكر انه منذ بدأت اسبانيا فى تخطيط تنميتها السياحية سنة ١٩٦٣ ( رغم انها بدأت برنامج تنمية سياحية غير مخططة منذ سنة ١٩٥٤ ) ، بدأت تنفيذ هذه الخطة بعد شبكات الطرق فى كافة انحاء الدولة وانشاء الموتيلاز (Paradoras) عليها ومد شبكات الكهرباء والمياه الى جميع المناطق ذات الجذب السياحى واخصها المناطق الشاطئية على البحر الأبيض المتوسط ، والمناطق الجبلية التى اخصتها بشبكات التليفريك كوسيلة مواصلات ونقل ، فضلاً عن مد جميع خطوط الاتصالات السلكية واللاسلكية .

وكانت اسبانيا فى بداية اطوار تنميتها السياحية عاجزة مادياً عن القيام بكل ذلك فى وقت واحد بطبيعة الحال فوضعت لتنفيذ خطتها برنامجاً زمنياً تنفيذياً لمد شبكات المرافق الأساسية هذه فى المناطق ذات الأولوية السياحية تدريجياً مستعينة بالخبرات الأجنبية من ألمانيا والسويد والولايات المتحدة ، بل انها فى بداية الامر تساهلت فى اعطاء تسهيلات ضخمة للشركات الأجنبية لانشاء جيوب سياحية ( مستعمرات سياحية مغلقة ) فى بعض المناطق مثل كوستا براغا وكوستا دى السول وكوستا بيانكا وجزيرة مايوركا ، فانشأت هذه الشركات

مشروعات سياحية متكاملة متحملة مراقبتها الاساسية المحلية منذ البدايه . وكانت هذه الطريقة محل نقد كثير من خبراء السياحة الدوليين بظنة ان العائد الاقتصادي للدولة الاسبانية من هذه المشروعات التكاملية سيكون هامشيا ، ولكن مع سرعة دوران عجلة التنمية السياحية في عدة مناطق في وقت واحد ومع الاثر المضاعف للاتفاق السياحي - بعد مرور عشر سنوات تقريبا - تضاءلت المصالح الأجنبية الخاصة التي قامت بانشاء بعض هذه المشروعات الى جوار تضخم المصلحة السياحية العامة للدولة فأصبحت اسبانيا الآن على ما هي عليه من تقدم سياحي وضعها في مجموعة الدول الثلاث السياحية الاولى في العالم .

واذا اردنا تشخيص الوضع القائم في مصر بالنسبة الى المرافق الاساسية اللازمة للنمو السياحي فاننا نجد ان معظم المناطق السياحية ذات الاهمية في مصر لايزال يعوزها الكثير من هذه المرافق بكافة انواعها من قوة محركة ومياه وصرف صحي وطرق واتصالات سلكية ولاسلكية . ونقصد بهذه المناطق كل ما يصدق عليه وصف مناطق التعمير السياحي الجديدة مثل الساحل الشمالي من الاسكندرية الى مطروح ، وساحل البحر الأحمر كله وبخاصة من الفردقة الى برنيس ، وسيناء الشمالية والجنوبية ، وبحيرة السد العالي والوادي الجديد . ومدن القنال ومدن الوادي مثل بنى سويف والمنيا وأسيوط وسوهاج وقنا وأسوان. اذ تقتصر المرافق الاساسية في هذه المدن عن حد كفاية مواكبة التطور الحادث في التنمية السياحية التي تجرى في الوقت الحاضر بوجه خاص في القاهرة التي بدأت تظهر فيها انتكاسات في القوة المحركة وفي المياه وفي الصرف الصحي والاتصالات . وتقوم الحكومة حاليا بمجهود ضخم لحل كثير من هذه المشاكل وتقوية الشبكات وتجديدها بل اتخاذ ما يلزم نحو تركيب شبكات جديدة .

ونهر النيل الخالد - وهو شريان الحياة الحضارية في مصر - لم يتم استغلاله بعد - وفق خطة علمية وعملية - كمرفق هام لنقل الركاب والضايع لتخفيف الضغط عن الطرق والسكك الحديدية والنقل الجوي والعناية بجسوره واعداد المراسي والوانى وتجميله بصورة تجعله منطقة جذب سياحي فريد كما فعلت دول كثيرة في انهارها مثل التيمس في بريطانيا ، والسين والرون في فرنسا ، والراين في ألمانيا الغربية ، والتبير في ايطاليا ، والميسيسبي في الولايات المتحدة .

ولاشك ان مد شبكات الطرق السريعة المزودة بالاتفات الارشادية داخل مصر امر يحتاج الى عناية خاصة لانه بدونها لا يمكن حدوث تنمية سياحية حقيقية ولاتزال شبكة الطرق الرئيسية في مصر ( طريق الوجه القبلى وطريق البحر الأحمر )

تحتاج الى تطوير كبير حتى نستطيع الاستفادة من سياحة السيارات ، فضلا عن ضرورة انشاء مرافق ترفيهية او اكثر لاماكن الاستفادة بساحى اليخوت .

ومن ناحية اخرى فان تحميل المشروعات السياحية منها باعباء وتكلفة المرافق الاساسية رفع كثيرا من تكلفتها وجعل انشاءها وتشغيلها غير اقتصادى فى كثير من الاحيان . ولعل مثلاً لذلك ان بعض المشروعات السياحية تتكلف ما يزيد عن سبعة جنيهات لكل متر مكعب من المياه وخاصة فى المشروعات السياحية على الشواطىء بحيث يكون استهلاك المياه اكثر من معدلها العادى بالنسبة للشخص فى المشروعات القائمة فى المدن .

ويضاف الى قائمة المرافق الاساسية العادية نوع آخر من المرافق الاساسية السياحية واهمها المطارات . فمن المسلم به انه لى يمكن التوسع فى التنمية السياحية فى مصر فانه يجب المضى فى سياسة تحويل المطارات فى المناطق السياحية الهامة الى مطارات دولية مثل مطار سانت كاترين ومطار شرم الشيخ ومطار الجورة ومطار التزهة ومطار مطروح بعد ان تم تحويل مطار الاقصر واسوان والفردقة الى مطارات دولية . ويتلزم مع ذلك الاسراع نحو تحويل مطار غرب القاهرة الى مطار دولى تبادلى جديد لمدينة القاهرة ، والاسراع فى بناء مطار العنبرية الجديد فى الساحل الشمالى .

ويسير مع كل ذلك فى نفس الركب اقرار سياسة التوسع فى رحلات الطيران انعازس ( التشارتر ) الى المناطق السباحية الجديدة مثل البحر الاحمر وسيناء لجلب المزيد من اعداد السابحين باسعار معقولة ووضع الضمانات لعدم تآثر حركة الركاب المنتظمة بذلك .

#### ٦ - روتينية التنظيم السياحى وعدم ديناميكيته

ان التنظيم السياحى الرسمى فى مصر يتسم بالتقليدية والتعقيد وتسوده فى كثير من جوانبه روتينية تتنافر مع طبيعة السياحة .

فهو من ناحية تنظيم تقليدى ميكانيكى . ومن ناحية اخرى هو تنظيم معقد لا يساعد على اتخاذ القرار الفورى بعد الدراسة التى يستأهلها الموضوع الذى يصدر فيه القرار . وهذا التنظيم الذى بصوره الشكل البيانى المقصد لا بد من تعديله ليصبح قادرا على مواجهة الحساسيات الفروضة والفعلية لحركة السياحة الدولية والداخلية بحساسيات ومرونة فى اتخاذ القرارات تقسوم على الاستجابة الفورية لتغيرات السوق العالية والسوق الداخلية . والاطلوب ان يصبح الاتجاه التسويقى Marketing Approach رائد هذا التنظيم بحيث يكيف ويتغفل فى العمل السياحى الوطنى لىؤدى وظيفة ذات تركيب ربلى :



— تشخيص واختبار الاسواق السياحية ذات الاولوية عن طريق البحوث وطرق التنبؤ العلمية .

— اقامة نظام اتصال وثيق مع هذه الاسواق يرفع من مستوى الصورة للسياحة لمصر .

— تنمية وتحسين مستويات المكونات المختلفة للمنتج السياحي المصرى لى يتلاءم مع الطلب المتنبأ به والذي تم تحليله .

— رقابة تحقق النتائج وهو ما يعنى رد فعل مستمر يسمح بتقييم وقياس النتائج المتحققة .

وهذا الاتجاه التسويقي يرتب ضرورة التغير الهيكلى فى وزارة السياحة وغيرها من الاجهزة الرسمية لى تقوم على نظام من العلاقات والروابط التى تحدد الموارد المتاحة وتميئتها وتديرها طبقا لمبدأ الكفاية والفاعلية . فاعادة التنظيم يقصد به قيامه على نظرية النظم Systems Theory حيث تصبح وزارة السياحة واجهزتها الاخرى خلية عضوية حية ديناميكية تتكامل مكوناتها وتتفاعل وتتداخل عناصرها لتكون نظام عمل متفاعل يعمل على تحقيق الاهداف الموضوعية مسبقا بناء على تحليل الطلب والعرض .

## ٧ - هبوط مستوى الثروات السياحية كمناصر جذب

### ( ١ ) المناطق السياحية الاثرية

لاتزال السياحة فى مصر تعتمد اعتمادا يكاد يكون كليا - بالنسبة الى غير العرب - على الآثار .

وكان من اللازم لذلك ان تكون مناطقتنا الاثرية - وهى كثيرة والحمد لله - فى المستوى اللائق بمكانتنا الحضارية فى العالم باعتبار ان مصر هى البلد الوحيد تقريبا فى هذا العالم الذى تتجمع فيه ست حلقات حضارية وهى النيوليثيك ( آخر مراحل حضارة ما قبل التاريخ المدون ) والفرعونية بمراحلها الثلاث التقليدية الدولة القديمة والوسطى والحديثة ) والبطلمية والقبطية ، والإسلامية ثم الحديثة ( مثل السد العالي ) .

ولكننا أهملنا العناية الحقيقية بمناطقنا الأثرية فباتت تتدهور سنة بعد أخرى . ان ذلك أصبح مصدر شكوى من السائحين ، ويشمل هذا التقصير عدم اجراء أعمال الصيانة والترميم لنقص الميزانيات ( ولعل أبلغ مثل على ذلك عدم اجراء ما يلزم من أعمال لاعادة اقامة معبد الاله حريشاف فى بنى سويف واعمدته ملقاه فى المياه الأسنة ومطمورة فى اكوام من القمامة ) وعدم اجراء ما يلزم من حفريات

جديدة في مناطق متعددة ، وعدم وضوح تنظيم متكامل لزيارات السائحين في كل منطقة ، ( وقد بدأنا برنامج دراسات علمية لذلك بالنسبة للاقصر بالاشتراك مع البنك الدولي ) ، وعدم العناية بنظافة المناطق الأثرية المختلفة وقلة ما يتوفر فيها من خدمات وتسهيلات للسائحين ، فضلا عن مضايقات الجمالة والخيالة بالهرم وبغيرها من المناطق السياحية للسائحين وابتزاز أموالهم بشتى الوسائل .  
وأخيرا فان مواعيد فتح المتاحف غير مناسبة لركاب الرحلات السريعة .

#### ( ب ) التلوث الجوى :

ان التلوث الهوائى الذى نعيش فيه فى القاهرة كقاعدة سياحية لمصر يعتبر زائدا عن الحدود المقبولة .

واسباب ذلك كثيرة منها نقص المناطق الخضراء فى وسط المدينة وضواحيها والتي تساهم فى تجديد الأكسجين ، وانتشار المصانع فى حلوان وشبرا الخيمة انتشارا واسعا دون اتخاذ ما يلزم من اجراءات لتخفيف ذلك عن طريق المصافي الالكترونية التى تحلل الغبار وتحوله الى سماء وتخرج الهواء نظيفا او شبه نظيف .  
بل ان مصانع كيما فى اسوان تنشر الغبار الأصفر فى الجو فى تلك المدينة السياحية الرائعة دون حرج .

اننا نتساءل لماذا استطاعت الدول السياحية المتقدمة - وهى دول صناعية كبرى - مثل فرنسا وإيطاليا وإسبانيا وبريطانيا وغيرها أن تعيش سينا عديدة وتقدم دون مشاكل التلوث الهوائى ؟ اننا نستطيع الاقتداء بما حققته من تقدم فى هذا المجال .

#### ( ج ) تلوث مياه النيل وشواطئنا البحرية :

لقد اعتاد المواطنون القاء المياه المتخلفة عن منازلهم ويوجه خاص فى القرى فى النيل وفروعه فضلا عن صرف المجارى ومخلفات المصانع فيه . بل ان اشد من ذلك هو القاء القمامة والحيوانات النافقة فى مجراها فى بعض الاحيان . ونتيجة كل ذلك هو مضاعفة جهد الحكومة فى تطهير المياه وتنقيتها عن طريق الكلور السائل وهو ما يفر فى كثير من الاحيان من طبيعة مياه الشرب ويجعلها غير صحية .

ولا شك ان ذلك كان سببا فى انتشار الشائعات بين السائحين والتحذير من شرب المياه العادية فى مصر لانهما تسبب امراضا للجهاز الهضمى وهذا وحده معوق من معوقات التنمية السياحية فى مصر . فيجب النظر الى كل ذلك بعين الجدل الحاسم السريع ووضع ما يلزم من اجراءات كفيفة باصلاح ما فسد .

اما بالنسبة لتلوث الشواطئ البحرية عندنا فمن المسلم به ان علامات ذلك أصبحت ماثلة للعيان . فبقايا البترول من حقوله فى الساحل الشمالى وساحل

البحر الأحمر والذي تحمله التيارات البحرية ، وتنظيف السفن البترولية لخزانتها وتفريغ المياه بعد ذلك بما علق بها من بترول في البحر ، وصرف مخلفات المدن كالاسكندرية في البحر والقاء المواطنين للقاذورات في البحر كل ذلك أدى ولا يزال يؤدي الى تلوث مياه البحر على الشواطئ .

كفيع يمكن البدء في اجراءات التنمية السياحية على هذه الشواطئ للدخول الى مجال المنافسة العالمية في الساحة الكبرى للسياحة الترفيهية ( وهى تشكل وحدها كما قلنا ٥٠٪ من حركة السياحة العالمية ) وشواطئنا على هذا الحال ؟  
**الاعتناء على الحياة البحرية :**

ان الشعب المرجانية في البحر الأحمر وشواطئ سيناء الجنوبية هى ما يتميز به هذا البحر من جمال طبيعى يجعله عنصر جذب سياحى ضخم يجرى تكسيها والاعتناء عليها دون معيار ولا رابط من جانب المواطنين الصيادين نتيجة القاء مخطاف المراكب والنشبات على الشعب المرجانية لتثبيت مراكب صيدهم أو عند النفطس لاستخراج سلاطات الاسفنج أو تكسير هذه الشعب لتصنيع الغازات والاباجورات لبيعها ... الخ .

ويتلزم مع كل ذلك ما يلى :

— صيد الاسماك النادرة الملونة التى تحتوى بهذه الشعب المرجانية كما هو الحال في رأس محمد بسيناء في البحر الأحمر .

— الصيد باستخدام بنادق الماء ( الهاربون ) تحت الماء .

— صيد السمك بالديناميت .

— الكشف عن البترول باستخدام التفجرات .

ولذلك فان الامر يقتضى الحسم والجدية ووضع التشريعات الهادفة الى حماية الحياة البحرية ، وتقوية جهاز شرطة المسطحات المائية لحماية هذه الحياة البحرية من التدمير .

١٦

#### ٨ - معوقات مختلفة تؤثر سلبيا على التنمية السياحية في مصر :

وهى مجموعة معوقات تمثل شتاتا يؤثر في مجموعه على مرونة العمل السياحى في مصر رغم ما قد يبدو من قلة أهمية كل منها عند النظر اليها نظرة مستقلة .

( ١ ) قصور الوعي السياحى لدى المواطنين الذين يتصلون بطريق أو بآخر بالسائحين الأجانب يقتضى البدء في ارساء قواعد هذا الوعي لدى الأجيال الناشئة عن طريق دروس منتظمة في المدارس الابتدائية والاعدادية والثانوية فضلا عن نشر برامج توعية فعالة للشعب عن طريق وسائل الاعلام والصحافة والاحزاب السياسية .

( ب ) عدم التسوية في التيسيرات والاعفاءات بين المناطق السياحية المختلفة .  
فمن هذه المناطق ما لا يحتاج الى زيادة هذه التيسيرات والاعفاءات مثل المدن ( القاهرة والاسكندرية ) ، ومنها ما يحتاج الى زيادة هذه التيسيرات والاعفاءات كحافز هام على الاستثمار في هذه المناطق الجديدة كالمساحل الشمالي وساحل البحر الاحمر وسيناء وبحيرة السد العالي ، وهى مناطق تقتضى التنمية السياحية في مصر وتشجيع مشروعاتها لدعم التوسع في السياحة الترويجية . ولعل من اهم هذه التيسيرات اعطاء الاراضى اللازمة والملوكة للدولة على سبيل الايجار لمدة طويلة بايجار رمزى كما تفعل كثير من الدول او بيع الاراضى الصحراوية الخالية من المرافق بسعر رمزى كجنيه للمتر المربع الواحد .

اما الاعفاءات الضريبية والجمركية فيقتضى الامر التوسع فيها على نحو ما جاء في قانون الاستثمار رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ والذي تمتنع هيئة الاستثمار عن تطبيق ما جاء في المادة ١٦ منه من زيادة اعفاءات بالنسبة الى مناطق التصنيع الجديدة حتى مع موافقة مسيئة من وزير التعمير او وزير السياحة .

( جـ ) تعدد الجهات الاشرافية والتفتيشية على الفنادق من وزارة السياحة والتنمية والصحة والعمل والداخلية فضلا عن المحليات ويقتضى ذلك توحيد هذه الجهات في جهة واحدة هى وزارة السياحة بقدر الامكان .

وبهذه المناسبة يجب توجيه نظر مفتشى الصحة الى تحرير محاضر ضبط المواد غير المصنعة بالمنشآت السياحية ضد المنتجين لهذه المواد واعتبار صاحب المنشأة السياحية شاهدا لا متهما لانه لا علاقة له بهذه المواد ولا سبيل لديه للحكم عليها .

**ويجب كذلك وقف تدخل مفتشى الاسعار بوزارة التموين في التفتيش على الاسعار بالمنشآت السياحية لان ذلك من اختصاص مفتشى وزارة السياحة .**  
واخيرا يجب وقف ازدواج الضريبة على المشروبات الروحية المطبق بمحافظة الاسكندرية بوجه خاص دون سسند قانونى .

( د ) ان اجراءات منح تراخيص المنشآت السياحية طويلة ومعقدة احيانا . فيجب العمل على تسهيل منحها في التطبيق العلمى .

ومما يتصل بذلك وجوب تجديد عقود استغلال الكازينوهات القائمة على النيل وعلى الشواطئ والملوكة للمحليات بتقرير نسبة زيادة مئوية تزيد على قيمة الايجار والمقدرة في بداية التعاقد طبقا لنتائج المزاد العلنى بشرط أن تكون الخدمات السياحية المؤداة في مستوى مرض .

**وهنا يجب التنبيه الى ان الخبرة السياحية شرط اساسى وحاسم في هذا المجال وليس مجرد من يدفع ايجارا اعلى ممن لا خبرة لديهم وقد يسيئون لسمعة مصر السياحية بما يزيد كثيرا عن فارق الايجار .**

( هـ ) لم يصدر بعد قانون تنظيم صناعة ومحال بيع العاديات والسلع السياحية رغم اعداد مشروعه وتقديمه لوزارة العدل منذ وقت طويل مضى .

ولعل هذه الصناعة وترويج منتجاتها يمس سمعة مصر السياحية مساسا مباشرا حتى انه يقتضى الاسراع فى اصدار القانون وقراراته التنفيذية لكي يمكن فرض الرقابة على هذا القطاع الهام من قطاعات العمل السياحى ، وتستطيع مصر الوقوف فى وجه المنافسة القوية فى هذا المجال من المغرب وتونس والاردن واسرائيل وقبرص .

ويرتبط بكل ذلك تسهيل اجراءات تصدير الطرود الخاصة بهذه المنتجات مع هيئة البريد ومصلحة الجمارك بما يحقق زيادة صادراتنا من العاديات والسلع السياحية ، وبالتالي زيادة موارد الدولة وحماية سمعتنا لدى السائحين اصحاب الطرود . ويجب بالإضافة الى ذلك حل مشكلات استيراد الخامات اللازمة لهذه الصناعات وتوفير خاماتها الأولية فى السوق المحلى . وانشاء مركز تدريب للحرفيين فى مختلف هذه الصناعات ، والنظر فى تخفيف معاناة اصحاب العاديات والسلع السياحية بالنسبة لفرض ضريبة الاستهلاك على كل ما يوجد بالمحال من معروضات جلدية وعاجية وزجاجية وخشبية او مورانو علما بان تحصيل هذه الضريبة يتم فى المتبع عند استخدام هذه المواد فى التصنيع . وهنا كله ينعكس اثره على السائح اذ تكون هذه المصنوعات اعلى سعرا من نظائرها فى الدول الاخرى المنافسة .

( و ) يحتاج القطاع العام السياحى الى اعادة نظر كاملة ليس فقط من خلال مجهودات تطوير القطاع العام التى تسير فيها الحكومة فى الوقت الحاضر - وانما من خلال نظرة متفردة الى السياحة باعتبارها نشاطا ذا طبيعة خاصة اساسه التفاعل مع شعوب العالم المختلفة بشكل لا بد ان يحدث فيه مقارنات بين تسهيلات وخدمات الدول السياحية المختلفة .

فهى نافذة حضارية لمصر يجب العمل على صيانتها ورفع مستواها .

وبالتالى فان ظروف العمل فى المنشآت السياحية التابعة للقطاع العام السياحى او تحت ادارته تحتاج الى تحسين ورفع المستوى لتستطيع منافسة المنشآت التى تدار ادارة اجنبية . فضلا عن رصد الاعتمادات الكافية للاحلال والتجديد كما قلنا آنفا فانه يجب العمل على وضع لائحة نوعية خاصة للعاملين بالقطاع العام السياحى بحيث يوجد الحافز الكافى للانتاج والرائع الذى يضمن الانضباط فى العمل والاداء .

( ز ) ان الإحصاءات السياحية لاتزال فى بداية تطورها وتحتاج الى دفعة علمية وبحوث متطورة تضعها تحت تصرف قادة العمل السياحى وخبراته كأداة فعالة من أدوات التخطيط ووضع السياسة السياحية العلمية موضع التنفيذ .

وبهذه المناسبة فان ما تم من الاتفاق على ادارة بعض فنادق القطاع العام بواسطة شركات اجنبية يتطلب الحذر لان في ذلك قضاء على كل امل في تنمية المدرسة المصرية في ادارة الفنادق ولان الشركات التى مستقوم بادارة هذه الفنادق لا تتمتع بخبرة كافية في الادارة ولا في التسويق الدولى وليست لديها القدرة التمويلية الكافية لاجراء ما يلزم من احلال وتجديد للفنادق .

ونخص بالذكر في ذلك احصاءات الدخل السياحى التى لاتزال تتعثر بين الطريقتين المعروفتين وهما الجهاز المصرفى الذى لا يمكن - فى الظروف الاقتصادية الراهنة ان يحيط بالدخل السياحى بالكامل ، وبين طريقة التقدير التى لا تسلك الوزارة والاجهزة الرسمية فيها حتى الآن سبيلا احصائيا متطورا بصورة مقنعة بسلامة التقديرات وتحديد نسبة التسرب الى السوق . وهنا يحتاج الامر الى نظرة موضوعية وتفرقة بين الدخل السياحى للحكومة على ضوء ما سيتقرر من السماح للبنوك بالتعامل فى النقد الاجنبى بالسعر الحر او عدم السماح لها .

( هـ ) عدم استحابة شركة مصر للطيران لطلبات تأكيد حجوزات الطيران الداخلى بالنسبة للمجموعات الوافدة من الخارج فى المواعيد المناسبة لمنظمى الرحلات الشاملة وشركات السياحة المصرية ( قبل حضور المجموعة بشهر على الأقل ) .

فضلا عن تعدد حوادث تأخير قيام الطائرات فى النقل الداخلى من مطارات الوجه القبلى بوجه خاص وترك المجموعات السياحية دون اخطار بالتأخيرات ودون الحد الأدنى من الخدمات .

### ثالثا - التوصيات الهادفة الى ازالة العوقات :

١ - يجب تحديد مكانة السياحة بين القطاعات الاقتصادية الانتاجية فى الدولة والاولوية التى تتقرر لها على مستوى الدولة تحديدا واضحا مع الاعلان عن ضرورة تعاون الاجهزة الرسمية وغير الرسمية فى مصر لانتاج التعبئة السياحية العامة . وهذا التحديد لا يكون الا بقرار فوقى من السلطة السياسية للدولة لفهمان احترامه .

٢ - يتعين ان يكون تخطيط التنمية السياحية فى مصر جزءا لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية لا على اساس ادراج مشروعاتها ضمن مشروعات الخطة العامة للدولة فحسب ولكن على اساس وضع فلسفة وسياسة التنمية السياحية ضمن اطار فلسفة وسياسة التنمية الاقتصادية فى مصر بوجه عام مع تحديد الدور الذى تلعبه الاولى والثانية والاولوية التى تتمتع بها داخل مجموعة القطاعات الانتاجية لان ذلك يعكس فهما محددا لرسالتها ويترجم الى برامج محددة للقضاء على معوقاتها وازالة مشكلاتها .

٣ - يجب تحديد هوية استراتيجية النمو السياحي للقومي وهل هي استراتيجية النمو المتوازن المستمر أو النمو السريع الخطي الوتأب لان ذلك التحديد ينعكس بصورة واضحة على الجهود التسويقية واسلوب توجيهها الى الاسواق السياحية .

٤ - اقرار السياسة السياحية الشاملة واعتبارها وثيقة ملزمة لوزارة السياحة ولكافة الوزارات والمحافظة والاحهزة الحكومية وغير الحكومية وسرعة تشكيل اللجان القومية لوضع الاستراتيجيات المتفرعة عن هذه السياسة السياحية كما هو وارد فيها حتى يمكن تعظيم العائد السياحي لصر بعد اجراء الدراسات اللازمة للاسواق السياحية الخارجية الهامة والطاقة الاستيعابية في مناطق مصر المختلفة ومدى امكان تطويرها ومدى قدرة المرافق الاساسية على مواكبة النمو السياحي المستهدف ونوعية السائح المطلوب اختيارا بين الكم والكيف الانفاقي والسلوكي على ضوء اعتبارات الامن الغذائي وسياسة الاستيراد والتصدير ، ومتوسطات الاقامة والانفاق اليومي الاصلى والثانوى المستهدفة ، والمصادر المادية والبشرية والفنية المخصصة للتسويق السياحي وللتدريب وللتنوعية الشعبية وسياسة التسعير المثلث بالنسبة للسياحة الدولية والداخلية وغير ذلك .

٥ - التطوير المستمر للمنتج السياحي المصرى ورفع مستوى الصورة السياحية لصر بعد التقييم الموضوعى للموارد والقومات السياحية الاساسية وتحديد اوجه ضعفها وقوتها على ضوء تحليل الطلب السياحي وعنصر المنافسة الدولية .

٦ - تبسيط اجراءات الحدود وزيادة التسهيلات السياحية التى يتعين منحها للسائحين الافراد ( لا يزالون يشكلون ٦٥ ٪ من حركة السياحة الى مصر ) والمجموعات .

٧ - الاسراع فى ادخال تعديلات على التنظيم السياحي فى مصر لكى يصبح تنظيم وزارة السياحة والهيئات التابعة لها تنظيميا عضويا يعمل كنظام ذى اتجاه تسويقي قادر على ملاهقة التطور السريع الخطى الحادث فى العلاقات السياحية على المستوى الدولى والقومى والمحلى ، والعمل بفعالية فى ادارة القطاع السياحي وبقتضى ذلك اختيار العناصر الصالحة وتدريبها تدريبا علميا وعمليا مستمرا ليعملوا فى اطار برامج مرنة بدلا من الادارات الجامدة .

٨ - ارساء أسس للتنمية السياحية فى مختلف المناطق السياحية فى مصر وبوجه خاص فى المجتمعات العمرانية الجديدة يتم بناء عليها التعاون الكامل بين

وزادنى السياحة والتعمير وبينهما وبين المحافظات المختلفة فى شأن بيع الاراضى اللازمة للمشروعات السياحية او تاجيرها لمدد طويلة بأسعار رمزية ، واجرام ما يلزم نحو ادخال المرافق الاساسية لهذه المشروعات بالتعاون مع المستثمرين ، وتسهيل اجراءات التراخيص اللازمة ، ووضع سياسة اقتصادية واثمانية مستقرة ومشجعة للمشروعات السياحية وبوجه خاص من ناحيه سعر الصرف واسعار الفائدة على القروض وغير ذلك .

٩ - وضع السياسة السعريّة على اساس اطلاق الحرية بقدر الامكان لقطاع الاعمال السباحى فى اطار ميكانيكية العرض والطلب والمنافسة المشروعة مع وضع ضوابط تحكم هذه الحرية وتضمن عدم انحرافها - وتقوم هذه السياسة السعريّة على العلاقة الثلاثية المتفاعلة بين عنصر التكلفة ومقتضيات السوق وعنصر المنافسة .

١٠ - بناء معدلات التنبؤ السياحى فى خطط وزارة السياحة على الطرق الاحصائية العلمية المستخدمة فى الامد الطويل والاجل المتوسط والقصر مع مقارنة نتائج التنبؤ على هذا النحو بما يخرج من دراسات التنبؤ الاخرى كطريقة دلفى وآراء الخبراء وغيرها .

١١ - اعتبار التدريب السياحى عنصرا اساسيا لازما من عناصر التنمية السياحية ومقدمة ضرورية لتخريج قيادات القطاع السياحى وتكوين العاملين فيه . ويقتضى ذلك التوسع فى انشاء مراكز التدريب السياحى والفنادقى المختلفة المستويات والتخصصات بالعدد الذى يستلزمه رفع مستوى الخدمات السياحية فى مصر . ويتلازم مع ذلك ضرورة التطوير المستمر لخطط ومقررات كليتى السياحة والفنادق بجامعة حلوان والاسكندرية لتكون اكثر عمقا وذات فاعلية فى تكوين جيل سياحى متخصص جديد قادر على تحمل مسئولية التنمية السياحية فى مصر .

وقد يقتضى الامر التوسع فى انشاء كليات جديدة للسياحة والفنادق لكى يمكنها تخريج اعداد كافية من السياحيين المتخصصين .

١٢ - اعادة تقييم العمالة السياحية وتخطيطها وتوزيعها بصورة تجعلها اكثر انتاجية وفعالية .

١٣ - التوسع فى نشر التوعية السياحية لدى الشعب بمختلف شرائحه الاجتماعيه والمهنية عن طريق برامج مدروسة فى الاذاعة والتليفزيون والتركيز على حملات صحفية تبرز اهمية السياحة لمصر ولماذا يجب معاملة السائح معاملة كريهة فضلا عن اهمية سياحة المواطنين داخل مصر فى تنمية الثقافة التفسيرية وتقوية روح الانتماء الوطنى والمشاركة فى بناء مصر .



وبالإضافة الى ذلك يجب ادخال مادة السياحة ضمن المواد القومية في المدارس الابتدائية والاعدادية والثانوية لاجراج جيل مصرى جديد يقدر اهمية السياحة في بناء الوطن اقتصاديا واجتماعيا ونفسيا وحضاريا وسياسيا .

١٤ - عقد المؤتمرات والندوات السياحية التى يشترك فيها الوزراء والمحافظون والمسؤولون الحكوميون وقطاع الاعمال السياحي بصفة دورية لتدليل الصعوبات والمشكلات التى تعترض نمو السياحة على المستوى القومى وفى المحيطات .

١٥ - قيام جهاز حماية البيئة بمجلس الوزراء واكاديمية ومركز البحث العلمى بالجامعات وغيرها بالتعاون الوثيق لمقاومة التلوث بأنواعه ببرامج محددة وفى اطار زمنى مقبول وبخاصة فى مدينة القاهرة التى وصل فيها التلوث الى درجة تنظر بالخطر .

١٦ - دعم الامكانيات المادية لهيئة الآثار لكى يمكنها تطوير المناطق الاثرية القائمة الى المستوى اللائق بمصر حضاريا وسياحيا وزيادة عدد المتاحف الاثرية الاقليمية والتوسع فى الحفريات والصيانة والترميم فى المناطق الاثرية الجديدة وزيادة حجم خدماتها السياحية وتعميق مساهمتها فى اثراء السياحة فى مصر .

١٧ - زيادة الاعتمادات المخصصة للتسويق السياحي الخارجى فى ميزانية الهيئة المصرية للتنشيط السياحي الى نسبة ١٠ ٪ مؤقتا من التحويلات السياحية المصرفية ، مع دعم صندوق التنشيط السياحي الذى انشاه الاتحاد المصرى للغرف السياحية ، وتشكيل مجلس استشارى للتسويق السياحي من خبراء السياحة المعترف بهم لمعاونة الهيئة فى برامجها التسويقية من خلال مكاتبها الخارجية ، وتوجيه ما يلزم توجيهه من اعتمادات للدراسات السياحية اللازمة ، مع ايجاد الصلة العضوية بين هذا المجلس الاستشارى ومجلس ادارة الهيئة .

١٨ - تركيز منح التراخيص للمشروعات السياحية والاشراف عليها فى وزارة السياحة مع دعم الوزارة بالكفاءات اللازمة التى تستطيع النهوض بالاعباء المختلفة الموكلة اليها .

١٩ - اقناع مؤسسة مصر للطيران بضرورة تأكيد الحجزات للطيران الداخلى فى مصر للسائحين القادمين من الخارج قبل موعد الرحلة بشهر على الأقل مع ضرورة رفع مستوى خدماتها على الطائرات وفى المطارات عند تأخير قيام الطائرات

لعطل فنى استثناء . وبالإضافة الى ذلك تشجيع الطيران العارض الى المناطق السياحية الجديدة .

٢٠ - دعم مجهودات المحافظات والسلطات المحلية فى القضاء على القمامة والقيام بحملة تطهير وتنظيف واسعة النطاق لمدن وقرى مصر وبوجه خاص السياحة منها انتقاذا لصورة مصر ومعاونة لمجهود الصحة الوقائية فيها مما ينعكس على السياحة .

٢١ - العمل على تخليص صناعة وتجارة العاديات والسلع السياحية مما يشوبها من صعوبات ويقتضى ذلك تشكيل لجنة من ممثلين عن غرفة العاديات والسلع السياحية واتحاد الصناعات ومصلحة الجمارك ووزارة الاقتصاد لوضع حدود لذلك تلتزم بها كافة الجهات الرسمية بعد موافقة المجلس الأعلى للسياحة عليها ، مع العمل على اصدار قانون العاديات والسلع السياحية .





## الفصل الثاني

### اقتراحات لعلاج معوقات التنمية السياحية

لما كانت القوانين الحاكمة لحركة السياحة الدولية هي :

- اعداد السائحين من الجهات المصدرة للسياحة ( س )
  - معامل المرونة في اتجاهاتهم . ( م ) وعادة رقم عدد ي
  - المسافة التي تفصل بين مصدر السائحين ومصر ( ف )
  - التكلفة . ( ك )
  - مستوى الخدمات السياحية . ( خ )
  - طرق التسويق السياحي . ( ت س )
  - المنافسة الدولية ( ن ف )
  - الصورة السياحية بوجه عام . ( ص )
- فان حصلة الحركة السياحية الى مصر يمكن ان تكون وليدة المعادلة الآتية :

$$\frac{س \times م}{ن \times ف} \times \frac{خ \times ت \times س \times ص}{ن \times ف}$$

واى تنبؤ سياحي لا يقوم على دراسة هذه القوانين الحاكمة واجراء الدراسات الميدانية الكاملة ثم تطبيق القواعد الاحصائية لا يمكن اعتباره تنبؤا علميا وانما نوع من الامل غير المعزز بدليل قوى .

وبامعان النظر في هذه القوانين السائدة في الاوقات العادية دون ادخال اية اعتبارات استثنائية في الحساب ، يبين بجلاء أن السياحة الدولية الى مصر لايزال امامها طريق طويل للتقدم لتكون اداة تنمية اقتصادية واجتماعية فعالة .

ونعرض فيما بلى لاقترحات منفصلة لعلاج معوقات التنمية السياحية وهي بداتها اسس لازمة للتنمية السياحية المتوازنة .

#### اولا : اسس دعم صناعة السياحة بوجه عام : (١)

١ - لما كانت السياحة صناعة مركبة من عدة عناصر تتداخل لتكوين نشاطات انتاجية متعددة كصناعة الفنادق وصناعة التذكارات والعاديات السياحية وصناعة النقل ونشاط شركات السياحة . كل ذلك الى جانب الصناعات

(١) راجع كتابنا السياحة الدولية - الرجوع السابق ص ٤٥ وما بعدها طبعة ١٩٨٦ .

المستقبلية الاخرى التى تساعد تنمية السياحة على ايجادها وتوسيع قاعدتها كنشاط شركات البناء والتشييد وصناعة الاثاث وصناعة التكيف وصناعة آلات وأدوات ومهمات المطابخ والمغاسل .. الخ . فانه لابد لتنميتها من التخطيط العلمى السليم حتى لا يترتب على تنميتها عشوائيا اى اضرار بالاقتصاد القومى .

#### الاولى - مرحلة الامد القصير ( ١٩٨٨ - ١٩٩١ ) :

وفى هذه المرحلة يجب التركيز على رفع مستوى المرافق العامة ووسائل النقل العام ، وتطبيق قوانين وقواعد الانضباط تماما لتوفير النظام فى المدن السياحية ، والاهتمام بالنظافة اهتماما بالغا وخاصة فى مدينة القاهرة والمناطق السياحية التقليدية مثل الجزيرة والمينا والاقصر واسوان ، والاكثر من المناطق الخضراء فى المدن ومنع البناء على الاراضى الزراعية الا فى الحدود التى يسمح بها القانون ، وكذلك الاهتمام بنهر النيل كمصدر جذب سياحى وشرىان هام من شرايين الحياة المصرية اهتماما ينعكس اثره على تدعيم جسوره ونظافتها وتمييق مجراه الملاحي لسلامة مرور البواخر السياحية وتطبيق قواعد الامن على هذه البواخر السياحية التى تسير فيه عن طريق التصريح لها باستخدام الاسلحة ومنعها من صرف مخلفاتها فى النيل لوضع حد للتلوث ... الخ .

وفضلا عما تقدم فانه يجب اعادة النظر فى خطة المنشآت الفندقية وتوزيعها على الدرجات والمناطق السياحية المختلفة حتى لا يحدث تنمية زائدة تؤدي الى نتائج عكسية . كل ذلك سبيله البحوث والدراسات العلمية والعملية التطبيقية التى تنفرع عن عمالية وضع اهداف محددة وواقعية . وفى هذه المرحلة يتعين وضع دراسة عاجلة لوضع ضوابط التنمية فى هذا الامد القصير بحيث تؤدي مرونة هذه الضوابط الى انساق هذه المرحلة مع المرحلة التالية وهى مرحلة الاجل الطويل حتى سنة ٢٠٠٠ .

#### الثانية - مرحلة الاجل الطويل ( ١٩٩١ - ٢٠٠٠ ) :

وهنا يجب التركيز على وضع خطة سياحية شاملة بمعناها الكامل تندرج تحتها خطط تنمية سياحية اقليمية وقطاعية فنية منها خطة لتطوير المنتج السياحى وخطة تسهيلات سياحية وخطة تسويق سياحى متكامل ... الخ .

ويمكن ان تسير هذه الخطة فى اتجاهات متعددة مثل :

١ - تنفيذ المرحلة الاولى التى تمثل نقطة انطلاق نحو تحقيق الاهداف السياحية المتوخاة وتوفير كافة القومات اللازمة لنجاح المدلات المفروضة للتنمية .

- ٢ - بناء الخطة السياحية المتكاملة على ما تم من دراسات عديدة قومية وإقليمية وتبنى ما يصلح من توصيلاتها بعد إجراء تقييم كامل لهذه الدراسات بمعرفة لجنة من خبراء السياحة العلميين .
- ٣ - وضع أولويات لتنفيذ المشروعات السياحية في المناطق المختلفة حتى تتم التنمية طبقا لقواعد وضوابط تؤدي بالضرورة الى تحقيق الاهداف القومية والإقليمية .
- ٤ - العمل على ضمان الكفاءة وسرعة التحرك في جهاز السياحة الرسمي ( وزارة السياحة ) عن طريق توصيف الوظائف توصيفا علميا وفنيا ووضع معدلات أداء وتدعيم الرقابة على الأداء ووضع نظام للمكافآت والحوافز الإيجابية والسلبية لامكان تحقيق افضل النتائج .
- وفي هذا الخصوص يجب أن يعاد تنظيم الوزارة تنظيمًا غير تقليدي يتفق مع طبيعة العمل السياحي والسرعة الواجب توافرها في علاقاته ، ويمكن أن يستعان بتنظيمات أجهزة السياحة الرسمية في دول العالم المتقدمة مثل إيطاليا وإسبانيا والمملكة المتحدة وفرنسا .
- ٥ - وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في المناطق والمجتمعات الجديدة كساحل البحر الأحمر والساحل الشمالى وسيناء بحيث يقوم على منح الأرض بإيجار اسمي لعدة سنوات ثم البدء في دفع قيمتها بأسعار وعلى أجل مناسب سواء على سبيل الملكية الكاملة او حق الانتفاع لعدد من السنوات او على سبيل الإيجار لمدة طويلة . وفي هذا الشأن يجب تنوع الحوافز والاعفاءات والمزايا الممنوحة للمستثمرين في مختلف المشروعات السياحية مع اعطاء الأولوية في ذلك لمناطق التعمير الجديدة وأنواع محددة من المشروعات .
- ٦ - اعتبار السياحة نشاطا قوميا يخضع لاعتبارات عامة متكاملة وعدم السماح للمحافظات بالتدخل في النشاط السياحي الا ما يتصل بالاعتبارات المحلية فقط . وفي هذا الصدد يجب وضع ضوابط وحدود لاختصاص كل جهة من الجهات الرسمية حتى لا تتضارب الاختصاصات كما هو حاصل في الوقت الحاضر .
- ٧ - دعم قطاع السياحة ماليا للقيام بالدراسات الاقتصادية والتخطيطية اللازمة على طريق المكاتب الاستشارية المتخصصة المصرية مع استعانتها بالخبراء الأجانب كلما دعت الحاجة الى ذلك .
- ٨ - تنمية الوعي السياحي لدى الشعب لامكان مساندة الجهود المبذولة لتنمية السياحة .

٩ - الاهتمام بتنظيم السياحة الداخلية تنظيماً من شأنه توسيع قاعدتها وتسهيل قيام مختلف الطبقات بها باعتبارها سبيلاً فعالاً من سبل التنقيف ورفع مستوى الانتماء الوطنى ، فضلاً عن كونها القاعدة الأساسية للسياحة الدولية .

١٠ - الاهتمام بتخطيط الاستفادة من كافة نوعيات السياحة المتخصصة من سياحة المؤتمرات والسياحة العلاجية والسياحة الدينية والسياحة الترفيهية وسياحة الشباب ... الخ وتوزيع هذه الأنواع من السياحات على مناطق مصر المختلفة وعلى فترات مختلفة خلال العام لتعميم المد السياحى فى مختلف مناطق الجمهورية وطوال العام .

١١ - تعميق الدراسات الإحصائية السياحية ووضع قواعد محكمة لتنسيق العمل بين إحصاءات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء والإحصاءات التى تخرج بها وزارة السياحة من دراستها . وتعيين كذلك توسيع قاعدة الإحصاء السياحى لتشمل دراسات سياحية ميدانية دورية لاستخراج متوسطات الانفاق السياحى لكل جنسية وللمجموعة الجنسية المتناسقة وللمجموع السائحين وتحديد القيمة الصافية والقيمة المضافة للسياحة فى الاقتصاد القومى .

١٢ - بعد إعادة تشكيل المجلس الأعلى للسياحة بالقرار الجمهورى رقم ٢٢٦ لسنة ١٩٨٥ يجب وضع خطة عمل محكمة لكى يصبح أداة فعالة للتنسيق بين جهود مختلف الجهات الرسمية وغير الرسمية التى يتداخل عملها فى صناعة السياحة ويكون الوسيلة الرئيسية من وسائل الرقابة على تنفيذ الخطة السياحية القومية على استقلال من تنابع وزراء السياحة على اختلاف نظراتهم وسياساتهم . ويجب كذلك ضمان عدم الازدواج بين عمل المجلس القومى للإنتاج والمجلس الأعلى للسياحة فى شأن السياحة بحيث يكون المجلس القومى للإنتاج والشئون الاقتصادية هيئة تخطيطية عليا والمجلس الأعلى للسياحة مجلس تنسيق الخدمات السياحية ومراقبة تنفيذ الخطة السياحية الموضوعة .

#### ثانياً - أساس تطوير التسويق السياحى :

لم تعد السياحة الحديثة مجالاً للتنشيط بأسلوب واتجاه تقليدى وإنما أصبحت تخضع للمكونات السبع للمزيج التسويقي والذى يعتبر فى ضرورة تعميم الإخذ به فلسفة شاملة للتنمية السياحية . وهذه المكونات السبع هى المنتج السياحى وسياسة تطويره - تسعير الخدمات السياحية - التنشيط المتوازن مع

تطور المنتج وسياساته السعرية - الافراد كمصدر للثروة البشرية - قنوات التوزيع - والسوق السياحي - وبحوث دراسات التهويق .

ونرى ان الاسس الرئيسية لتطوير التسويق السياحي تنحصر فيما يلي :

١ - دراسة الاسواق السياحية الدولية دراسة تفصيلية شاملة بما يمكن من اعادة النظر في سياسة التنشيط السياحي لمصر في مختلف هذه الاسواق كما وكيفا . وتهدف هذه الدراسات الى تحديد القوى الحاكمة لكل سوق واتجاهات حركة السياحة من كل منها وحجم هذه الحركة ودوافع السفر الى مختلف الدول والمناطق السياحية المزاراة كما يجب تقسيم هذه الاسواق الى اسواق اولية واسواق ثانوية واسواق محتلة بناء على معايير محددة واعتبارات الوزن النسبي المسلم بها وتعميق سبل الحصول على معلومات مستمرة من كل من هذه الاسواق لوضع سياسة تسويقية مرنة تغذيها بحوث ومعلومات ترد بصورة مستمرة يقصد منها زيادة النصيب السوقى لمصر من كل من هذه الاسواق .

كما يجب التركيز على الاسواق السياحية السلوكية الى جانب الاسواق الجغرافية .

٢ - استخدام المعلومات السوقية المتوفرة وفقا لما سبق في التطوير المستمر للمنتج السياحي المصرى سواء المنتج السياحي التقليدى وهو المعالم الآثرية الفرعونية والبطلمية وازرومانية والقبطية والاسلامية او المنتج السياحي الجديد وهو المناطق الجديدة للسياحة الترويحية كالساحل الشمالى وساحل البحر الاحمر وسيناء وغيرها .

٣ - يتعين ان تقوم دراسات التسويق وبحوثه على النقاط التالية :

- بحوث الصورة السياحية لمصر .
- دراسات لاعتبارات قرار السفر .
- بحوث الدوافع وردود الفعل لدى السائحين .
- القياس العلمى لمدى فعالية التنشيط السياحي لمصر .
- بحوث المنتج السياحي وامكانيات تطويره ليتواءم مع متطلبات الاسواق السياحية .

٤ - يجب ان تنفيا استراتيجية التسويق السياحي تحقيق مضاعفة العائد السياحي نتيجة رفع مستوى نوعية السائح الى الاكثر قدرة على الاتفاق المرتفع مع زيادة معدل الإقامة . ويتضمن ذلك :

- العمل تدريجيا على توسيع قاعدة السياحة بزيادة عدد السائحين من النوعية المتميزة وزيادة عدد الليالى ومعدلات الاتفاق اليومى .



— توسيع قاعدة العلاقات مع شركات السياحة العالمية من منظمى الرحلات الجماعية المؤثرة فى الاسواق السياحية لضمان تنوع وتوفيريد النشاط السياحى

— بذل الجهود المضاعفة لمعد السائحين من الدول العربية .

— تحقيق التوازن بين التسهيلات السياحية وبين ضمان حد معقول من الدخل السياحى الاجمالى بالعملات الحرة .

— الاستخدام الامثل للفعال للميزانية الرسمية للتسويق السياحى ورفعها تدريجيا فى الاسواق السياحية الهامة .

٥ - يجب ان تنسق الجهود التسويقية فى كل واحد متكامل يضم وافدا مستمرا من المعلومات عن مختلف الاسواق ووضع استراتيجية علمية مرنة متوازنة تساعد ايجابيا على تحقيق اهداف التنمية السياحية .

٦ - اعادة النظر فى مهام وتراكيب المكاتب السياحية المصرية فى الخارج لوضع استراتيجية عمل لكل منها تتفق مع ما سبق ذكره ، وتدعيمها بالكفاءات مع وضع نظام محكم للرقابة مع الالتزام بايصال المعلومات السياحة المحلية من مصر واليا بصورة منتظمة وكافية وانشاء المعهد السياحى بالوزارة لتاهيل المرشحين للعمل فى المكاتب السياحية الخارجية والداخلية .

٧ - دعم ميزانية التسويق السياحى لمصر فى الخارج على ضوء ما تقدم مع ضمان رقابة الاستخدام الامثل لها دون بيروقراطية .

**ثالثا - اسس رفع مستوى الخدمات السياحية فى مصر :**

١ - يجب تحقيق التنسيق الكامل بين مجالات عمل الوزارات المختلفة والمحافظة فى مجال النشاط السياحى .

فالمناطق السياحية الاثرية وهى عنصر الجذب السياحى الرئيسى لمصر تتبع هيئة الآثار المصرية التى تتبع وزارة الثقافة .

والمناطق السياحية الجديدة وهى عنصر اضافى من عناصر الجذب يمكن استغلاله لتطوير وتوسيع قاعدة السياحة الترويحية تتبع اساسا وزارة التعمير وهيئة المجتمعات العمرانية الجديدة .

وهى فى ذات الوقت تابعة للمحافظات المختلفة كل فى دائرة اختصاصه والنقل السياحى النهري يخضع فى الترخيص به لوزارة الرى .

وميناء الاسكندرية ( محطة الركاب البحرية ) تخضع لوزارة النقل .. الخ . وفصلا عن ذلك فان اعمال المرافق العامة اللازمة للمناطق السياحية

المختلفة من مشروعات مياه وكهرباء وصرف صحى وطرق وغير ذلك كلها لا تتصل ولا يتصور ان تتصل بوزارة السياحة .

ولذلك أصبح من اللازم وضع ضوابط للتنسيق المطلوب تحقيقه في هذا الشأن بين وزارة السياحة المسئولة عن التنمية السياحية وغيرها من الوزارات والمحافظات لامكان تحقيق اهداف خطة التنمية المطلوبة .

٢ - احكام رقابة وزارة السياحة على البرامج السياحية لشركات السياحة ومكوناتها واسعارها وكيفية تنفيذها حتى يمكن تخفيض مصادر الشكوى من جانب السائحين الى الحد الأدنى .

٣ - احكام رقابة وزارة السياحة على الضعفات الفندقية وخدمات المطاعم والملاهي وغيرها من المنشآت السياحية لضمان تحقيق الخدمات المطلوبة بالمستوى الممنوح للمنشآت السياحية . وتطبيق نصوص القوانين فيما تسمح به من انزال الدرجة السياحية للمنشآت كجزاء عند عدم تحقق المستوى الممنوح .

ويلزم لتحقيق ذلك التأكد من مستوى الخبرة والمعلومات الفنية لدى القائمين على هذه الرقابة عن طريق دورات تدريبية عالية المستوى لهم وتصفياتهم عن طريق اختبارات مستمرة .

٤ - تأمين وسائل النقل النهري ( البواخر السياحية ) - بعدما وقع من حوادث متعددة - عن طريق التشدد في منح التراخيص بها الا بعد استيفاء كافة الشروط ، وكذلك ضرورة توفير الاسلحة المركزى في كل محافظة. مجهز بوسائل الانقاذ المختلفة .

٥ - التشدد في رقابة نظافة وحسن تنظيم المناطق السياحية وتوفير وسائل الخدمات الاجتماعية في هذه المناطق بقدر يسمح بعدم تكديس السائحين في طوابير للانتظار امام دورات المياه في البر القري الاقصر .

٦ - الاهتمام بانشاء وتوسيع شبكة الطرق البرية وصيانتها مع تزويدها باللائحة الإرشادية بالصورة المصطلح عليها دوليا باللغات العربية والاجنبية وانشاء الاستراحات ومحطات الوقود للسيارات على جوانب هذه الطرق . ثم التوسع في طبع الخرائط السياحية لمختلف المناطق .

٧ - التوسع في انشاء المتاحف الإقليمية على نسق متحف الاقصر .

٨ - الاهتمام بالقوى العاملة في مجال السياحة سواء في اجهزتها الرسمية أو غير الرسمية وذلك عن طريق التشدد في الاختبار وعقد الدورات التدريبية

المستمرة لتنمية الجوانب العلمية والعملية والسلوكية لهم. وفضلا عن ذلك فإنه يجب التوسع في انشاء مراكز التدريب السياحي وانفذى المتعدد المستويات لتدريب العمالة الاساسية والمشرفين والمدبرين ليصل عددها الى خمسة عشر مركزا عملا على الاقل . وبالإضافة الى ذلك فإنه يجب :

- التوسع في عقد الندوات والمحاضرات بمستوياتها المختلفة .
- وتعميق تعليم اللغات الأجنبية لكي يجيدها جميع العاملين بالقطاع السياحي
- عقد دورات تدريبية سريعة لتخريج العمالة الاساسية المدربة مثل عامل البار والسفري والطباخ والتجار والميكانيكي ... الخ .
- ادخال مادة السياحة في كليات التجارة والاقتصاد والاعلام والشرطة ومعاهد تدريب موظفي الجمارك .

٩ — تحديد اسعار الفنادق وامان الإقامة والخدمات السياحية المختلفة على اساس كافة الظروف والمنغرات التي تدخل في تكوين النشاط السياحي في مصر . ويتم تحديد الاسعار الفندقية على اساس دراسة شاملة تقوم بها اللجنة التي ينص عليها القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٧ بشأن المنشآت الفندقية على ان تدخل في اعتبارها عدة عناصر منها عنصر التكلفة وحجم السوق وعنصر المنافسة وموقع الفندق ومصروفات التشغيل . ويجدر في هذا الشأن النظر في تعديل احكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ بما يوجب على كافة الفنادق والمحال العامة ان تقدم بأسعارها الجديدة لوزارة السياحة في شهر اكتوبر من كل عام على ان يتم اعتماد الاسعار النهائية وتبلغ لهذه المنشآت خلال شهر نوفمبر في بدء الموسم السياحي الجديد حتى يمكن لهذه المنشآت ابلاغها لشركات السياحة الدولية والمصرية قبل ترتيب برامجها بسنة كاملة .

- ١٠ — الاتفاق مع شركة مصر للطيران على تشجيع سياحة المجموعات السياحية . والمساهمة في انشاء شركة جديدة للطيران العارض في مصر لماكن المساهمة في نقل الافواج السياحية بأسعار مناسبة تقل كثيرا عن اسعار النقل الجوي المنتظم التي تتزايد بصورة مستمرة بشروط معينة تحقق صالح السياحة المصرية فيما يتعلق بتوعية السائح وصالح الشركة الوطنية .

# الباب الثامن

## السياسة السياحية الشاملة لمصر

أولاً - معنى السياسة السياحية القومية :

٢ - مقدمة

بدأ استخدام اصطلاح « السياسة القومية » أخيراً منذ عدة سنوات في عديد من الدول سواء المتقدمة او النامية بواسطة السلطات الحكومية والشعبية والسياسيين ورجال الاعمال السياحيين .

وقد تبنى بعض خبراء السياحة العلميين هذه الدعوة منذ حوالى خمس عشرة سنة (١) الى ضرورة ارساء دعائم السياسة السياحية القومية في كل دولة تهدف الى تنمية صناعة السياحة فيها وتنفرد عنها استراتيجيات وخطط هذه التنمية ضمن اطار التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة .

وقد فهم هذا الاصطلاح « السياسة السياحية » على أنه اطار العمل الاساسى للأجهزة الرسمية وغير الرسمية في الدولة للنهوض بالسياحة والتقدم بها لتحقيق الاهداف القومية المتوخاة منها كقطاع انتاجى وخدمى هام . وبمعنى آخر أكثر تحديداً ، فان السياسة السياحية هي السياسة التى تنتهجها مختلف أجهزة اتخاذ القرارات التى تعمل فى اطار نظام اقتصادى واجتماعى معين .

ولهذا فانه لا يجب الاقتصاد فى فهم السياسة السياحية على انها مجرد اطار عام يتضمن السبيل الفعال الذى يمكن للسياحة ان تساهم به فى تنمية وتقديم الدولة ، بل يجب النظر اليها من زاوية علمية تختلف عن زاوية مساهمتها فى التنمية الاقتصادية الشاملة على أساس انها تتضمن مجموعة القواعد والمبادئ العلمية التى يهدف اتباعها وتبنيها الى تحقيق الاهداف المرسومة وبوجه خاص وضع برنامج علمى لكى يسير العمل السياحى فى الدولة على نهج سليم يرتب النتائج الايجابية المرغوبة ويتفادى النتائج السلبية للتنمية السياحية وهو امر لا يمكن تحقيقه الا عن طريق العلم .

---

(١) راجع بحثنا « اعتبارات فى التخطيط السياحى » مارس ١٩٧٠ مطبوع كتيب وكذلك بحثنا « مقدمة لنظرية السياحة » منشور فى ابحاث الاتحاد الدولى للمنظمات السياحية الرسمية والذي اصبح مثابة السياحة العالمية منذ عام ١٩٧٥ ، المجلد الثانى ١٩٧١ ، وبحث الاستاذ الدكتور البروتو سينا فى دوريات الابحاث السياحية عدد مايو / اكتوبر ١٩٧١ ص ٢٢٥ .

## ٢ - السياسة الاقتصادية والسياسة السياحية :

حتى عهد قريب كانت السياسة الاقتصادية للدولة تعنى مختلف الاشكال والجوانب لتدخل الدولة في العلاقات الاقتصادية السائدة في المجتمع . وبمعنى آخر كانت السياسة الاقتصادية قاصرة على بحث منظم في العمل الحكومي وتجاهلت ضمينا نتائج العمل الذي تقوم به اجهزة اقتصادية اخرى قومية ودولية ، عامة وخاصة وتفسير اتجاه السياسة الاقتصادية للدول في العشرين سنة الاخيرة ليكون محلا للبحث الشامل في تراكيب الاقتصاد القومي وعدم الاقتصار على الحقيقة التاريخية المتعلقة بتدخل الدولة في الاقتصاد . وبهذه الطريقة لاتزال توجد ثغرة يجب ملؤها تتعلق بتحديد الادوار المختلفة للأجهزة القائمة وللقطاعين العام والخاص في تحقيق التنمية الاقتصادية ، وبيان الظروف الواقعية التي تحكم اقتصادا بمينه تتوفر فيه مراكز لاتخاذ القرارات جنباً الى جنب مع السلطات الحكومية .

وبتطبيق ما سبق من افكار على قطاع السياحة ، يبين انه يتعين أن يكون للدولة ايا كان شكلها الدستوري ونظامها السياسي ، والاقتصادي ، سياسة سياحية شاملة ملزمة مثلها في ذلك مثل السياسة المالية ، وسياسة التشغيل العامة ، وسياسة النقل والسياسة التجارية .

فالسياحة كنشاط اساسي من الانشطة الاقتصادية لا يمكن تجاهلها ضمن مكونات السياسة الاقتصادية للدولة بل تعطىها بعض الدول اولوية في هذه المكونات . فرغم ان السياسة السياحية تنتمي الى القطاع الاقتصادي فان ظاهرة السياحة تستظل دائما مجالا مفتوحا تتداخل فيه عناصر متشابكة ، فالعوامل الاجتماعية والثقافية تؤثر على السياحة تماما كما تؤثر عليها العوامل الاقتصادية . ولذلك لا يمكن تجاهل كافة هذه العوامل عند وضع السياسة السياحية للدولة .

فالنشاط السياحي طالما يتكون من عدة أنشطة انتاجية وخدمية ، فانه يكون بالطبيعة متفاعلا مع كافة النشاطات الاقتصادية للدولة ولا شك ان تنميتها تنعكس بالفائدة على الاقتصاد القومي ككل . وكذلك فانه يعكس آثارا ايجابية أو سلبية بالضرورة على الحياة الاجتماعية والثقافية للمجتمع . ولذلك يجب أن تكون السياسة السياحية شاملة في مضمونها .

## ٣ - مكونات السياسة السياحية الشاملة :

والسياسة السياحية الشاملة يجب أن تتضمن بادية ذي بدء الأهداف القومية للتنمية السياحية سواء اكانت أهدافا اقتصادية أم أهدافا اجتماعية وثقافية وسياسية ؛ أم أهدافا بيئية أم أهدافا سياحية فنية . ثم يجب أن تتضمن السياسة السياحية الشاملة بعد ذلك اساليب تحقيق هذه الأهداف عن طريق ( ١ ) تبني التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحي ( ٢ ) التسويق السياحي المتكامل ،

( ٣ ) تنمية الوعي السياحي والسياحة الداخلية ، ( ٤ ) تنمية موارد الثروة البشرية ، ( ٥ ) تنمية الموارد والخدمات السياحية .

وقد اهتمت دول سياحية كثيرة بوضع سياسة سياحية شاملة ملزمة حتى ان الولايات المتحدة الامريكية اصدرت قانونا فيدراليا بهذه السياسة في شهر أكتوبر عام ١٩٨١ . وقام عدد من الولايات كذلك باصدار قوانين مماثلة مثل هاواي وفلوريدا وكلوادو وغيرها .

وقد تضمنت السياسة السياحية الامريكية الفيدرالية عدة اهداف منها :

- ١ - رفع مستوى مساهمة صناعة السياحة والترفيه في الرخاء الاقتصادى والعمالة الكاملة وميزان المدفوعات الامريكى .
- ٢ - اتاحة فرص الاستفادة من فوائد السياحة والترفيه في الولايات المتحدة لجميع المقيمين في الولايات المتحدة وفى الدول الاجنبية وضمان تمتع الاجيال المستقبلية بالموارد السياحية والترفيهية .
- ٣ - المساهمة فى النمو الدائم والصحة والتعليم وتلوق الجوانب الثقافية والجغرافية والتاريخية والعرفية للولايات المتحدة .
- ٤ - تشجيع دخول الاشخاص المسافرين الى الولايات المتحدة من اجل العمل على زيادة اواصر التفاهم الدولى والصدقة بما لا يتعارض مع قوانين الهجرة وقوانين حماية الصحة العامة وقوانين الاستيراد .
- ٥ - القضاء على حواجز التجارة غير المبررة المتعلقة بصناعة السياحة الدولية .
- ٦ - تشجيع المنافسة فى صناعة السياحة وافساح الطريق امام اختيار المستهلكين عن طريق اتاحة الفرص المستمرة لقطاع السفر والسياحة سواء من وكالات السفر او منظمى الرحلات الشاملة .
- ٧ - العمل على التنمية المستمرة واتاحة طرق الدفع الشخصية المختلفة التى تكفل تسهيل السياحة المحلية والدولية .
- ٨ - ضمان التوافق بين السياحة والترفيه وبين المصالح القومية فى تنمية الطاقة وحمايتها ، والحفاظ على البيئة ، والاستخدام المتوازن للموارد القومية .
- ٩ - الحفاظ على الاسس التاريخية والثقافية للامة كجزء حى من اجزاء المجتمع ، وتأكيد حق الاجيال المستقبلية فى التمتع بالتراث الفنى للامة .
- ١٠ - المعاونة فى جمع وتحليل وتوزيع البيانات التى تستخدم فى قياس الاثر الاقتصادى والاجتماعى للسياحة الى وداخل الولايات المتحدة لكى يمكن تسهيل التخطيط فى القطاعين العام والخاص .

## الفصل الأول

### الأهداف القومية للسياحة

إذا كان التخطيط ضرورة أساسية لأي نشاط انمائي ، فإنه في السياحة أكثر ضرورة لأنها نشاط مركب يتداخل في عدة قطاعات داخل الدولة وتؤثر تأثيرا مباشرا بحكم هذا التداخل في التنمية الاقتصادية .

والسياسة السياحية العامة بوصفها الإطار العام للقواعد التوجيهية التي يسير عليها نهج العمل السياحي وتتفرع عنها استراتيجيات التنمية السياحية المتعددة والخطط القومية والمحلية والقطاعية يجب أن تبدأ برسم الأهداف القومية المتوخاه من هذه السياسة لتكون هاديا لهذه السياسة ونبراسا ينير طريق العمل العلمي للتنمية السياحية بصورة مجملة غير تفصيلية .

والأهداف القومية للسياسة السياحية الشاملة يجب لذلك ان تكون أهدافا وصفية عامة وليست أهدافا تفصيلية . فهذه الأخيرة انما يلزم وجودها في الاستراتيجيات المختلفة الخطط المتعددة للتنمية السياحية والتي تتناول التفاصيل . ويمكن تقسيم الأهداف القومية العامة للسياحة الى أهداف اقتصادية وأهداف اجتماعية وسياسية وأهداف بيئية وأهداف فنية .

#### (١) الأهداف الاقتصادية :

١ - زيادة معدل نمو السياحة لتكثيف مساهمتها في الناتج القومي الإجمالي ودعم ميزان المدفوعات من خلال زيادة الدخل السياسي الإجمالي زيادة مقبولة ترتفع سنة بعد أخرى ويكون ذلك بزيادة عدد الزيارات السياحية ، ورفع مستوى نوعية السائح ، وزيادة معدل اقامته ومعدل انفاقه اليومي عن طريق تنوع مكونات العرض السياحي والعمل على زيادة الطلب السياحي على أنواع مستحددة من السياحات مثل سياحة الاستجمام والترويح وقضاء الاجازات على الشاطئ ، والسياحة الدينية والسياحة العلاجية وسياحة المؤتمرات ، والسياحة الريفية وسياحة الحوافز وسياحة الصحارى والواحات وغيرها ، بطرق التسويق العلمية الفعالة بعد اجراء البحوث العلمية اللازمة لتحليل الطلب السياحي في الأسواق السياحية ذات الأولوية والثانوية والمحتملة ، ومكوناته واتجاهاته وطرق التأثير فيه .

٢ - رفع مستوى مساهمة السياحة في الرخاء الاقتصادي عن طريق زيادة الانفاق السياحي داخل مصر من السائحين الأجانب والمصريين المقيمين . وتنشيط الدورة الاقتصادية بالاثر المضاعف لهذا الانفاق .

٣ - المساهمة في التنمية الاقتصادية الإقليمية عن طريق خلق مجتمعات سياحية متكاملة لخدمة تنوع مكونات العرض السياحي في المناطق البعيدة عن التركيز العمراني بحيث تتوافر فيها مقومات الجذب للسكان وتكون السياحة هي محور التنمية الرئيسي فيها مثل شواطئ البحر الأحمر وشواطئ البحر الأبيض المتوسط وسيناء وبحيرة السد العالي والوادي الجديد .

٤ - زيادة فرص العمالة حتى تصل الى مرحلة العمالة الكاملة وتنمية القوى البشرية عن طريق برامج التدريب المهني التخصصي في مختلف مناحي النشاط السياحي لضمان الكفاءة في الإنتاج .

٥ - العمل على تلافى الآثار الاقتصادية السلبية كزيادة حدة التضخم عن طريق سياسات اقتصادية مدروسة .

#### ( ب ) الأهداف الاجتماعية والسياسية :

١ - رفع مستوى الصورة السياحية لمصر في الخارج بطرق علمية مدروسة منها تضافر الجهود التنشيطية العلمية لوزارة السياحة وهيئة التنشيط مع هيئة الاستعلامات ووزارة الخارجية .

٢ - العمل على حماية قيم المجتمع وتقاليد مع تشجيع الاختلاط المنظم بين السائحين والمواطنين لزيادة فرص التفاعل الحضاري والتبادل الاجتماعي بينهما مما يؤدي الى بناء جسور العلاقات الطيبة والاحترام والتعاون بين الأمم .

٣ - رفع مستوي الصحة النفسية للمواطنين عن طريق تشجيع وتنظيم السياحة الداخلية واستغلال اوقات الفراغ استغلالا صحيحا .

٤ - تنمية القيمة الحضارية لفن العمارة ، واذكاء الروح الوطنية وزيادة الوعي الشعبي لتحسين الظروف الصحية في مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها فضلا عن محاولة تجميل الاحياء ونظافتها لتبليو جاذبة في عيون الزائرين .

٥ - اعادة بعث الفنون الجميلة والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية في مختلف مناطق الدولة وبوجه خاص احياء التقاليد وطريقة حياة المواطنين سكان المناطق البعيدة التي قد تمتد اليها التنمية السياحية لما تتميز به من خصائص طبيعية واجتماعية وحضارية تصلح عناصر جذب سياحية .

٦ - ضمان حسن استقبال السائحين وحسن معاملتهم وانضباط السلوك الفردي .

٧ - تفادي الآثار السلبية على السلوك الاجتماعي ونظم القيم الدينية والسلوكية والتقاليد في المجتمع .



## ( ج ) الأهداف البيئية :

١ - حماية البيئة الطبيعية من هواء ومسطحات أرضية ومائية من التلوث والحفاظ على الموارد التاريخية والحضارية والأثرية لمصر ضد التدهور ، والعمل على تغايد النمو العشوائي للممران بصورة تقضى على الجمال الطبيعي الذى تتميز به تضاريس مصر الجغرافية وذلك عن طريق ورقابة الكثافات البنائية وكثافة حركة النقل بداخل المدن وفى المناطق السياحية وزيادة نصيب المواطن المصرى من المناطق الخضراء ، وتحديد الطاقات القصوى للمشروعات السياحية ، وتزويدها بكل ما يلزم من تدابير خاصة بالنظافة والصحة العامة ورقابة الضوضاء والصرف الصحى الكافى .

٢ - تأكيد حق الأجيال المستقبلية فى التمتع بالتراث الحضارى لمصر .

٣ - العمل على مواكبة وتوافق استراتيجيات التنمية السياحية المثلى التى تتفق مع امكانيات الدولة ولا تمارس ضغوطا عليها من أى نوع مع غيرها من المصالح القومية كحماية مصادر الطاقة والاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية ووضع تخطيط علمى يفصل استخدامات الأراضى وشروط ومواصفات التنمية لكى لا يفقد التوسع العشوائى الطابع الطبعى للأقليم وقيمتيه الحضارية وبالتالي يضعف من اجزاء المنتج السياحى الذى هو أساس الجذب السياحى ابتداء .

٤ - استصدار التشريعات اللازمة لوضع حدود على التنمية فى المناطق الحساسة طبيعيا أو عمرانيا أو سياسيا ، واصدار القرارات اللازمة للسير فى تنفيذ قانون المحميات الطبيعية واتخاذ التدابير العلاجية والتصحيحية من وجهة النظر البيئية فى كل اقليم أو منطقة تصعب فيه البيئة فى خطر .

٥ - العناية بنهر النيل الخالد كترىان حياة لمصر وكمصدر جذب سياحى هام .

## ( د ) الأهداف الفنية :

١ - اعتبار السياحة قطاعا انتاجيا ذا اولوية على المستوى القومى وصناعة اقتصادية تعتمد على العلم والخبرة الفنية ، ولابد لذلك من أن يتم التحرك فيها بخطوات علمية محسوبة تحتاج الى عمل مكثف فى كل مجالاتها .

٢ - العمل على زيادة النصيب السوقى لمصر من حركة السياحة الدولية عن طريق التخطيط العلمى السليم الذى يتضمن تطوير المنتج السياحى المصرى وتنويعه وعدم التركيز على السياحة الأثرية وحدها ، والتغفل المدرس فى الأسواق السياحية العالمية بتدعيم قنوات الاتصال مع هذه الأسواق ، واتباع أساليب تسويقية وتنشيطية متطورة ، والعمل على استقطاب نوعية أعلى من السائحين ورفع مستوى الخدمات السياحية فى كافة جوانب العمل

السياحي واتباع سياسة تسعيرية علمية وعملية ، وتطوير التنظيم السياحي  
الرسمى على المستويين القومى والمحلى .ليستطيع النهوض بابعائه المتطورة ،  
واتباع اساليب فعالية التكلفة فى كل انفاق استثمارى وتشجيع الاستثمار فى  
قطاع السياحة بشتى الطرق والحوافز .

٣ - تحقيق التجانس والتنسيق والتعاون بين كافة الأنشطة الحكومية وغير  
الحكومية المؤثرة على السياحة بطريق مباشر أو غير مباشر تحت قيادة وزارة  
السياحة ، على ان يضع المجلس الأعلى للسياحة ضوابط لذلك حتى يمكن دفع  
عجلة التنمية للامام لتحقيق مختلف الأهداف الموضوعة .

٤ - ترك الحرية المنظمة للقطاعين العام والخاص ليؤدى كل منهما دوره فى التنمية  
السياحية طبقا للضوابط التى يضعها التشريع ، مع تحديد سلطة الدولة فى  
توجيه عناصر صناعة السياحة والاشراف عليها لضمان سير العمل السياحي  
سيرا منتظما . وفى هذا الصدد يحسن ان تعهد وزارة السياحة ببعض  
اختصاصاتها فى الرقابة الى الاتحاد المصرى للغرف السياحية بغرفه السياحة  
الأربع والى المحافظات والى نقابة المرشدين السياحيين لتخفيف عبء العمل  
اليومى عن الوزارة لتستطيع التفرغ للأعمال التخطيطية والتنظيمية والتسويقية،  
ورفع مستوى انوعى الشعبى بالسياحة ، وتوسيع قاعدة السياحة الداخلية  
المنظمة ، وحماية المناطق السياحية .

٥ - العناية بالعنصر البشرى فى السياحة عنابة كبرى تنفق مع كونه العنصر الفعال  
فى تحقيق تنمية سياحية متوازنة وفى نجاح المشروعات الاستثمارية السياحية.

٦ - توجيه الاهتمام الى وضع نظام مصرى لادارة المشروعات السياحية حتى  
لا يستمر الاعتماد شبه الكامل على شركات الادارة الأجنبية ولدمم العناصر  
الفنية الوطنية وفتح مجالات التقدم امامها . وبهذه المناسبة يجدر وضع نظام  
أمثل لتطوير ادارة فنادق القطاع العام حتى يمكنها الوقوف امام المنافسة  
الدولية والمحلية .

٧ - اعادة النظر فى التشريعات السياحية القائمة وغيرها من تشريعات تتصل  
بالسياحة لتحقيق كل ما تقدم والعمل على اصدار قانون السياحة الاساسى .

٨ - تطوير دور النقل الجوى فى تنمية حركة السياحة الى مصر والعمل على  
التوسع فى الطائرات الدولية وتوفير الامن فيها ووسائل صيانة الطائرات  
والتوسع فى الرحلات البحرية الشاملة كسبيل من سبل دعم حركة السياحة  
الى مصر .

## الفصل الثانى

### اساليب تحقيق الاهداف القومية

يبين مما تقدم ان النشاط السياحى يتعامل مع كل مظاهر الحياة في المجتمع ، فهو لا يعتمد على توفر موارد سياحية وعوامل جذب سياحى طبيعية وحضارية واثرية وحديثة فحسب ، بل يمتد ذلك الى ضرورة اعدادها للاستغلال بالشكل الذى يتوافق مع اذواق ورغبات وتوقعات ودوافع السائحين من مختلف الجنسيات فضلا عن السائح المصرى ، كما تطب اسلوبا للادارة يتناسب مع طبيعة العمل السياحى ويتواءم مع التطورات العلمية والفنية والتكنولوجيا الحديثة ويتفاعل تفاعلا ايجابيا مع المنفريات الدولية ، وتوفير المناخ الملائم والمواتى لجعل زيارة السائح تجربة ناجحة وخبرة تلح عليه في تكرارها وتدعوه الى اقتناع اهله واصدقائه ومعارفه لينهجوا نهجه . فاشباع الرغبات المشروخة للسائح في قضاء اجازة سعيدة يجب ان تكون الهادى الى وضع اسس للتنمية السياحة يتضمن العمل بها طرق واساليب تحقيق الاهداف العامة والاهداف التفصيلية على مراحل زمنية معقولة .

واذا كانت التنمية السياحية تهدف بالدرجة الاولى الى تحقيق الاهداف الاقتصادية التى اسلفنا بيانها لتمكين الدولة من تلبية الطلبات الكثيرة الملحة التى يقتضيها دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الى الامام لاسعاد المواطن المصرى بتوفير الرخاء والطمأنينة فانه يجب ان يسير مع ذلك جنباً الى جنب توفير الراحة والمتعة والخدمة المتميزة للزائرين الاجانب .

واذا كانت مصر - وهى دولة نامية - لا تستطيع بما لديها من امكانيات وموارد تقصر عن ملاحقة طموحها الكبير والزيادة المستمرة في توقعات مواطنيها لتحقيق مستوى لائق من المعيشة في كل جوانب العمل الوطنى وتلبية احتياجات مواطنيها الذين يزيد عددهم بنسبة ٢٨٪ كل عام ، دفعة واحدة ، فان هذا الفهم لا بد وان تكون له آثاره على أسلوب التنمية السياحية المتوازنة المتوخاه . فليس من المعقول ان تتوقف الدولة او ان تقصر في تلبية احتياجات المواطنين الاساسية الملحة في الاسكان والتموين والنقل والواصلات ومختلف المرافق الاساسية من اجل توجيه معظم امكانياتها المادية والفنية والادارية لاحداث طفرة في الحركة السياحية اليها لما في ذلك من تجاهل للطبيعة البشرية وطبيعة متطلبات التنمية السياحية ذاتها .

وفي ذات الوقت ليس من المعقول أن نتوقف عن حركة التنمية السياحية ودفع ديناميكية العمل السياحي الى الامام حتى نصل الى المستوى الحضارى المناسب سواء في البنية الأساسية أو البنية الفوقية أو بإحداث تفرعات جذرية سريعة في سلوكيات المجتمع المصرى وعاداته تكيفا بما تتطلبه التنمية السياحية .

لذلك فان ما تضمنته السياسة السياحية الشاملة الحالية هو في الحقيقة ما يمكن أن يحقق التوازن المطلوب بين السياحة وبين سائر قطاعات الدولة .

### ١ - التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحي :

التخطيط هو النظر الى المستقبل بعين الرغبة في تحقيق الاهداف ورسم الاساليب العامة والعملية لبلوغ هذه الاهداف بنية مواجهة التطور الدائب في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية . وهو محاولة علمية لواقبة التغيير الذي هو عنصر هام من عناصر الحياة الاجتماعية المنظمة ، بل وسبقه بالتنبؤ ومحاولة تنظيمه والتاثير فيه .

والتخطيط السياحي له ابعاد مختلفة واتجاهات متباينة مثل التخطيط الذي يقوم على دراسات المسح والتقييم للموارد الطبيعية وطرق استخدامات الاراضى ، والتخطيط الاقتصادى الذى يقوم على مزيد من الدراسات التفصيلية لاستخدامات الاراضى مع الاهتمام بتاثير العوامل الاجتماعية والتحليل الاقتصادى في مشروعات التنمية السياحية ، والتخطيط الحديث الذى يقوم على التحليل المتتابع للمنتج السياحي في ضوء تحليل الطلب للوصول الى الالتقاء والتطابق . كل هذا التخطيط يعتبر اساسا للانطلاق في طريق التنمية السياحية لامكان الوصول الى نمو سياحي يتلاءم مع امكانيات البلاد وتضافرا للجهود بين السياحة وبين القطاعات الانتاجية الاخرى لانتاج تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة تحقق الرخاء للمواطنين .

### ويتضمن التخطيط السياحي :

١ - وضع خطة سياحية قومية متكاملة تنقسم الى استراتيجيات وخطة اقليمية للمحافظات المختلفة ذات الاهمية السياحية وخطة نوعية لقطاعات النشاط السياحي المتعددة من تنظيم سياحي وتسهيلات سياحية وتسويق سياحي وصناعة النقل وصناعة الفنادق وصناعة السلع والعاديات للسياحة وصناعة المحال العامة السياحية وغير ذلك .

ويجب ان تتضمن هذه الخطط وضع قواعد لترتيب اولويات المشروعات السياحية بمختلف انواعها ومناطقها من حيث التركيز والانتشار طبقا لاعتبارات التكلفة المرحلية والتنوع في الخدمات السياحية بما يتواءم مع

طبيعة وحجم ومقتضيات الطلب السياحي ومدى توفر المرافق الأساسية الى غير ذلك من العوامل الأخرى .

ولا تصبح هذه الخطة القومية المتكاملة والخطط الإقليمية للمحافظات ذات الأهمية ولا لخطط النوعية لقطاعات النشاط السياحي، ملزمة الا بتصديق المجلس الأعلى للسياحة عليها .

٢ - إنشاء مركز معلومات سياحية متطورة طبقا لحدث ما وصلت اليه تكنولوجيا المعلومات في العالم ليكون أساسا للعمل السياحي العلمي المؤثر ويتقضى ذلك تشكيل لجنة من الخبراء السياحيين وخبراء مراكز المعلومات لوضع خطة متكاملة لإنشاء هذا المركز الذي يجب أن يخدم القطاع السياحي بالكامل بنشاطاته الحكومية وغير الحكومية ويكون تابعا لوزارة السياحة مع ضمان استقلاله الذاتية لتوفير مناخ عمل خلاق له بعيدا عن الروتين .

٣ - إعادة تنظيم القطاع السياحي تنظيما يتفق مع ما تتميز به السياحة عن طبيعة مركبة وحساسة . فوزارة السياحة في حاجة الى إعادة تنظيمها تنظيما عضويا حديثا يختلف عن التنظيم الهيكلي التقليدي بحيث تصبح جهازا يعكس نبض الاتجاهات المتطورة والمتغيرات الحادثة في الطلب السياحي الدولي والداخلي يقوم على اتساق العمل وبرامج الأداء بما يتفق مع نظم العمل السائدة في كثير من دول العالم المتقدمة .

ويتقضى ذلك إعادة النظر بالكامل في التشريعات السياحية القائمة وغيرها من التشريعات المتصلة بها وتعديلها بما يضمن التلاؤم بين التعديلات المطلوب إحداثها وبين النصوص القانونية ، والعمل على استصدار تقنين السياحة الأساسي الذي يتضمن تنظيما شاملا لكافة نواحي العمل السياحي ومنها تحديد دور الوزارة وهيئة التشغيل السياحي وشركات القطاع العام والقطاع الخاص في التنمية السياحية بما يكفل التعاون بينها وتضافر جهودها للارتفاع في عملية التنمية مما يجب تفصيله في استراتيجية خاصة بذلك .

٤ - تشجيع الاستثمارات وتوفير التمويل اللازم لمشروعات التنمية السياحية وبوجه خاص في المناطق البعيدة عن العمران كالساحل الشمالي الغربي وسيناء والبحر الأحمر بشتى وسائل التشجيع بحيث يمكن بيع الأرض بأسعار معتدلة للأراضي المزودة بالمرافق الأساسية العامة وبأسعار زهيدة للأراضي الخالية من المرافق ، أو منح الأراضي بإيجار اسمي لعدة سنوات ثم البدء في دفع قيمتها بأسعار منخفضة وعلى آجال مناسبة سواء على سبيل الملكية الكاملة أو حق الانتفاع لعدد من السنوات .

كل ذلك بشرط البدء في المشروعات الاستثمارية خلال مدة معينة لا تزيد عن سنة واحدة والانتهاء من المشروعات حسب حجمها خلال مدد لا تزيد عن خمس سنوات او على مراحل لا تزيد كل مرحلة منها حسب حجمها عن ذلك ، والا نرئب جزاءات على مستثمرى هذه المشروعات تحددها القوانين .

وفى هذا الشأن يجب تنوع المزايا والحوافز ومدد الاعفاءات الضريبية . للمشروعات الاستثمارية السياحية فى القانون حسب المناطق التى تقام فيها هذه المشروعات وحجم الاستثمارات فيها وانواعها ومدى الاولوية المعقودة لها فى استراتيجيات وخطط التنمية السياحية .

٥ - دعم وزارة السياحة ماديا وفنيا وبشرىا لتمكينها من القيام بالدراسات السياحية اللازمة لوضع استراتيجيات وخطط التنمية المطلوبة اما بنفسها او مستعينة ببيوت الخبرة المتخصصة وعرضها على المجلس الاعلى للسياحة لاقرارها .

٦ - اعادة تخطيط المنتج السياحى فى مصر لكى يمكن معه الاستفادة من جميع نوعيات السياحة المتخصصة من سياحة المؤتمرات وسياحة الحوافز والسياحة العلاجية والسياحة الدينية وسياحة الاستجمام على الشواطئ وسياحة سفارى الصحراء وسياحة الصيد والسياحة الرياضية .. الخ . وتوزيع هذه الانواع من السياحات على مناطق مصر المختلفة وعلى فترات متباعدة خلال العام لتنعيم المد السياحى فى مختلف انحاء الجمهورية وعلى مدار العام بقدر الامكان .

٧ - تعميق الدراسات الاحصائية السياحية ووضع قواعد محكمة لتنسيق العمل بين الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ووزارة الداخلية ووزارة السياحة لضمان السرعة والدقة الفنية فى هذه الاحصاءات والتقيد فيها بالتعريف الدولى للزائر ، والعمل على توسيع قاعدة الاحصاء السياحى لتشمل دراسات سياحية ميدانية دورية لاستخراج متوسطات الانفاق السياحى ولتحديد القيمة الصافية والقيمة المضافة للدخل السياحى وللتنسيق فى الدراسات العلمية للتنبؤ السياحى الذى يمثل الركيزة الاساسية للتخطيط .

٨ - تبسيط واستقرار السياسات النقدية والاقتصادية والجمركية وتوجيهها الى تشجيع التنمية السياحية بكافة عناصرها ومقوماتها .

٩ - بينما تساعد شركات الادارة الاجنبية على زيادة خبرة الكوادر السياحية المصرية والمساهمة فى تدريبهم على نظم عمل متقدمة ، وكذلك المساهمة بقدر فى التسويق السياحى ، الا انه قد آن الاوان لتقييم تجربة الالتجاء الى هذه

الشركات كما يجب العمل على دعم شركات الادارة المصرية المتخصصة من القطاعين العام والخاص وازالة معوقاتهما وتلبية احتياجاتهما بما يسوى بينهما وبين شركات الادارة الاجنبية بما يضمن ظروفًا منافسة عادلة .

١٠ - توجيه الاهتمام البالغ لنظافة وتنمية المناطق السياحية والآثرية واجباد الوسائل الكفيلة بزيادة قدرة هيئة الآثار على ترميم واقامة الآثار بمناطق كثيرة مثل آثار هناسيا بنى سويف والغيم والوادى الجديد وسيوة وصان الحجر وغيرها ، وتوسيع قاعدة المزارات السياحية فى الأقصر والمنيا وكذلك فتح مناطق اثرية جديدة للزيارات السياحية .

١١ - اعادة تخطيط صناعة النقل من نقل جوى وبحرى وبرى بما يحقق التنسيق بينها وبين السياحة والتوسع فى المطارات الدولية البديلة لتخفيف الضغط على مطار القاهرة ، وامكان الموافقة على استراتيجية للطيران العارض بما يحقق الصالح القومى للسياحة مع وضع مصالح الشركة الوطنية للنقل الجوى فى الاعتبار .

١٢ - الاقتصاد فى الضرائب والرسوم المفروضة على السائح قوميا او محليا حتى لا يضار السائح بكثرة ما يفرض عليه من رسوم فيسبب احجائه عن الحضور لارتفاع تكلفة زيارته الى مصر بسبب موقعنا الجغرافى من مراكز التصدير السياحى وبالتالي تنحصر حركة السياحة الدولية الى مصر .

## ٢ - التسويق السياحى :

ان التسويق بوصفه فلسفة شاملة للادارة فى المشروعات على اختلاف انواعها الزم أسلوب للتنمية السياحية لاعتماد هذه التنمية اكر مما تعتمد على زيادة الطلب من الأسواق السياحية المختارة ولذلك فان الاسس الرئيسية لتطوير التسويق السياحى لمصر تنحصر فيما يلى :

( ١ ) دراسة الأسواق السياحية الدولية دراسة تفصيلية شاملة مما يمكن من اعادة النظر فى سياسة التنشيط السياحى لمصر فى مختلف هذه الأسواق كيفا وكما . وتستهدف هذه الدراسات تحديد القوى الحاكمة لكل سوق مصدر للسائحين ، واتجاهات حركة السياحة من كل منها ، وحجم هذه الحركة ودوافع السفر الى مختلف الدول المستقبلية للسائحين وتقسيم هذه الأسواق الى أسواق اولية واسواق ثانوية واسواق محتملة بناء على معايير محددة واعتبارات الوزن النسبى العلمية . وتيسر سبيل الحصول على المعلومات الكافية المستمرة من كل هذه الأسواق لوضع سياسة تسويقية مرنة تنفيذها روافد مستمرة من البحوث والمعلومات .

ويقتضى كل ذلك إعادة تنظيم الهيئة العامة للتنشيط السياحي لتكون قادرة تنظيميا وفنيا وماليا وبشريا على القيام بهذه المهام الجديدة ، ويتطلب ذلك توسيع قاعدة المكاتب السياحية الخارجية وزيادة امكانياتها وتطوير رسالتها لكي تستطيع مواكبة التطور الحادث في مجالات العمل السياحي الدولي .

ويجب والحالة هذه تقرير نسبة مئوية مثل ١٪ من الدخل السياحي الاجمالي لمصر ( التحويلات المصرفية ) كموازنة تسويق خارجي للهيئة ويمكن النظر في زيادة هذه النسبة على ضوء نتائج جهود الهيئة في هذا المضمار خلال الثلاث سنوات القادمة .

(ب) استخدام المعلومات المتوفرة في التطوير المستمر والتنوع المطلوب للمنتج السياحي المصري .

(ج) وضع استراتيجيات للتسويق السياحي تهدف الى مضاعفة العائد السياحي نتيجة رفع مستوى المنتج السياحي المصري ليكون أكثر تميزا من غيره ورفع نوعية السائح الأكثر قدرة على الإنفاق المرتفع مع زيادة معدل الإقامة بعد دعم وتنمية صورة سياحية وسياسية مشرفة لمصر تتطابق مع الواقع . وتعرض هذه الاستراتيجيات على المجلس الأعلى للسياحة لاقرارها قبل تنفيذها .

(د) تكثيف العمل الاعلامي لدفع مشروعات التطوير والتجديد والاحلال في مختلف المرافق التي تؤثر مباشرة في المظهر العام السياحي والمنشآت التي تشكل جزءا لا يتجزأ من المنتج السياحي ، وكذلك لتشجيع رؤوس الاموال الوطنية والعربية والاجنبية على المساهمة في انشاء وتطوير وإدارة المشروعات السياحية .

(هـ) تشجيع السائح العربي والغربي باعتبارهما قطبي الرchy في التنمية السياحية في مصر بشتى طرق التشجيع والتسهيلات .

(و) تطوير اساليب التنشيط بما يشمل من اعلان وعلاقات عامة ودعاية سياحية لمصر بحيث تصبح اداة فعالة مؤثرة في زيادة الحركة السياحية لمصر من مختلف الأسواق السياحية وبحيث تتنوع هذه الاساليب بتنوع الأسواق وتتلام مع دوافع وتوقعات ورغبات السائحين من كل سوق .

(ز) النظر الى سياسة التسعير السياحي نظرة علمية وعفلية موسعة لا تقتصر على زيادة عناصر التكلفة بل تتعدى ذلك الى اعتبارات المنافسة واتجاهات السوق بحيث لا تزيد اسعار خدماتنا السياحية عن اسعار منافسنا بما يؤثر على مركزنا في السوق السياحي الدولي .



### ٣ - الوعي السياحي والسياحة الداخلية :

( أ ) تنمية الوعي السياحي في مصر عن طريق أجهزة الاعلام والمؤسسات التعليمية على اختلاف مستوياتها ، وكذلك نشر الوعي السياحي بين المصريين العاملين بالخارج وربطهم بالوطن الام بصورة دائمة .

( ب ) تشجيع السياحة الداخلية باعتبارها الركيزة الاساسية للسياحة العالمية والعمل على تنويع مستويات الخدمات السياحية في مختلف المناطق شاملة المصايف والمشاتى بما يتفق مع الامكانيات المادية المتبينة للمواطنين . والاهتمام بالسياحة الداخلية المنظمة للشركات والمصانع والجمعيات والنقابات والجامعات بحيث يستفاد من فترات الركود الموسمي دون ما فصل عملى بين السائحين الدوليين والسائحين المواطنين حتى يكون في ذلك رفع لمستوى سلوكيات المواطنين وتصميم لمفاهيم الترفيه والاجازات الترفيهية كاساس لدعم الصحة النفسية للشعب والتي تزيد من انتاجيته ، ويخلق نقطة التقاء واحترام وتعاون بين السائحين الدوليين والمواطنين .

### ٤ - تنمية مصادر الثروة البشرية :

( أ ) تركيز الاهتمام بالعلوم السياحية الحديثة وتطوير مناهج كليات السياحة والفنادق بجامعتي حلوان والاسكندرية بما يضمن عميقتها واشتمالها على احدث التطورات العلمية في هذا الصدد وتشجيع البحث والتأليف في السياحة . كما يجب التوسع في انشاء مراكز التدريب على اختلاف مستوياتها ونوعياتها على النحو المفصل الذى ورد في خطة اعداد وتنمية القوى العاملة في قطاع السياحة للمجلس القومى للانتاج والشئون الاقتصادية سنة ١٩٧٧ وذلك لضمان خلق اجيال جديدة قادرة على دفع عجلة التنمية السياحية الى الامام .

( ب ) انشاء مراكز للتدريب على صناعات السلع والعاديات السياحية ودعم هذه الصناعات بالمواد الخام وتسهيل اجراءات تصديرها للخارج .

( ج ) التوسع في عقد الندوات والمحاضرات السياحية بمستوياتها المختلفة .

( د ) تعميق تعليم اللغات الاجنبية بين جميع العاملين بالقطاع السياحي وتشجيعهم على ذلك بشتى وسائل التشجيع .

ويمكن للاتحاد المصرى للفرف السياحية المساهمة في تولى هذه المهام مع ضرورة دعمه بالامكانيات المادية التي تساعد على ذلك .

## ه - تنمية الموارد والخدمات السياحية :

( ا ) تشجيع الفنون الشعبية باقامة المهرجانات والاحتفالات المنتظمة في فترات محددة خلال العام بحيث يصبح لمصر برنامج متكامل يدخل ضمن فقراته هذه الفنون الشعبية مما يؤدي الى اطالة مدة اقامة السائح .

( ب ) الاهتمام البالغ بالمحافظة على الموارد السياحية في مصر ضد اخطار البيئة على اختلاف انواعها .

( ج ) الاسراع في توفير المرافق العامة في مناطق التنمية السياحية الجديدة حتى لا تتحمل المشروعات السياحية الخاصة اعباء اضافية فوق قدراتها وتقف حائلا دون امكان تنفيذها .

( د ) الاسراع في تنفيذ مشروع المجرى الملاحي بنهر النيل الذي تتولاه وزارة الري . حتى يمكن الاستفادة من نهر النيل سياحيا باعتباره موردا سياحيا هاما ، مع انشاء مراكز لخدمة البواخر السياحية على طول المجرى لضمان الأمن والامان الكافيين به فضلا عن ضرورة رقابة ومنع ما يسبب تلوث النهر .

( هـ ) تكثيف الرقابة على المناطق السياحية لضمان الامن والامان للسائحين وانضباط السلوك الفردي ومنع استغلال البعض لهم وضمان حسن معاملتهم لاعطاء صورة حضارية لمصر في الخارج .

( و ) تقليل الاجراءات الروتينية والشكالية في اجهزة الحكومة التي يؤثر نشاطها على السياحة - وبوجه خاص في وزارة السياحة - وضمان عدم تأخير الموافقة على المشروعات السياحية عن اسبوعين مهما كانت الاسباب .

( ز ) التوسع في اقامة بيوت الشباب في المناطق السياحية ذات الامكانيات الرياضية التي يقبل عليها الشباب من مختلف دول العالم ، باعتبار ان بيوت الشباب ارحص وسائل الاقامة واكثرها مناسبة للشباب .

( ل ) تفريد كل محافظة سياحية بمنتج سياحي متميز بقدر الامكان والعمل على تسويقه دوليا ومحليا بشتى الطرق ووسائل التنشيط والتسويق .

ان السياحة في مصر - لو احسن تخطيطها واستغلالها بصورة علمية وساندها اهتمام الدولة بها واعطاؤها الاولوية التي تستحقها فانها يمكن ان تصبح موردا رئيسيا من موارد العملات الحرة وعاملا مؤثرا من عوامل زيادة الناتج القومي المصري وتنشيط الدورة الاقتصادية . ولذلك فاننا يجب ان نغير من النظرة الجزئية الى هذا القطاع الهام الى نظرة شاملة مؤثرة ، وان نرفع عن كاهله اغلال التعقيدات

الروتينية والقرارات غير المدروسة بحيث يتحرر ويصبح مجالا خصبا لاثراء مصر والاسراع فى تحقيق رخاء المواطنين فيها .

### الخلاصة :

هذه هى جوانب السياسة السياحية الشاملة لمصر حتى عام ٢٠١٠ وردت غير مفصلة كطبيعتها بحيث يتعين تفصيلها باستراتيجيات متعددة وردت أمثلتها فيما سبق .

ولدى موافقة المجلس الأعلى للسياحة على هذه السياسة ، واستصدار التشريع اللازم بها لكى تصبح ملزمة لكافة الوزارات والأجهزة الرسمية وغير الرسمية فان على وزارة السياحة أن تضع استراتيجيات تفصيلية كما يلى :

- ١ - التسهيلات السياحية التى تشمل اجراءات الحدود والنقد والجمارك وغير ذلك .
- ٢ - التنظيم السياحى وتحديد دور كل من القطاعين العام والخاص فى تنمية السياحة ورفع التضارب بين اختصاصات الوزارات المختلفة .
- ٣ - السياسات المالية والاقتصادية للتنمية السياحية .
- ٤ - جرد المنتج السياحى المعرى وتقييمه موضوعيا ووضع أسس لتطويره .
- ٥ - الاستثمارات السياحية فى المناطق الجديدة وأولويتها .
- ٦ - التسويق السياحى المتكامل .
- ٧ - النهوض بالمناطق الاثرية .
- ٨ - صناعة النقل السياحى الجوى والبحرى والبرى .
- ٩ - صناعة الفنادق واماكن الاقامة الاخرى والحال العامة السياحية وطرق ادارتها .
- ١٠ - صناعة السلع والعاديات السياحية .
- ١١ - التعليم والتدريب السياحيين .
- ١٢ - حماية البيئة والتوسع فى المحميات الطبيعية والمناطق الخضراء .
- ١٣ - القانون السياحى الأساسى .
- ١٤ - تطوير صناعة التشييد التى تتأثر بالتنمية السياحية وتؤثر فيها .
- ١٥ - الوعي السياحى .

١٦ - السياحة الداخلية .

١٧ - متابعة تنفيذ قرارات إزالة المعوقات التنمية السياحية .

وهذه السياسة السياحية الشاملة والتي توضع في مصر لأول مرة تفترض  
لكي ينجح تطبيقها توفر أمرين على جانب كبير من الأهمية :

**أولاً - حل المشاكل العالة والمعوقات المتعددة التي تعترض طريق النشاط  
السياحي في مصر والتي تضمنتها دراسة المعوقات التي قامت بها وزارة السياحة  
عام ١٩٨٢ وذلك التي قام بها أخيراً الاتحاد المصري للفرف السياحية ومجالس  
الفرف المختلفة وغيرها من الدراسات ، وتأمل اللجنة أن يصدر المجلس الأعلى  
للسياحة قرارات فورية بإزالة هذه المعوقات وتشكيل لجنة متابعة تنفيذها .**

**ثانياً - الإسراع في تنفيذ ما ورد بقراو تشكيل المجلس الأعلى للسياحة بإنشاء  
مركز معلومات متطور طبقاً لأحدث نمط علمي لقطاع السياحة ، وذلك لأن التخطيط  
العلمي السليم يعتمد أكثر ما يعتمد على قاعدة معلومات ضخمة متجددة واحصاءات  
صحيحة تستخدم في التنبؤ العلمي .**



## الباب التاسع

### علاقة السياسة السياحية العامة باستراتيجية التنمية والتخطيط

أدت الاختلافات القائمة في نوعيات وسلوكيات الأشخاص وادوافهم ودوافع السفر عندهم وزيادة أو اتساع فرص القدرة المالية لهم الى توسع ضخم مطرد في الطلب السياحي وكثرة تنوعه . وهنا يتعين مواجهة مثل هذا الطلب بقدر متساو من الامكانيات وفرص الاختيار العديدة والمتنوعة . ولقد احتدمت المنافسة - كما قلنا - بين الدول والمناطق السياحية بعد أن دخلت الى هذا المضمار عدة دول جديدة بتوفر امكانيات متجددة متباعدة لاجتذاب السائحين ، ويجرى حالياً تطوير الدراسات الحديثة في التنمية السياحية وفي التخطيط والتسويق لتكامل لها واستراتيجيات تشجيعها وأسعارها بهدف تحقيق نصيب أكبر من حركة السياحة الدولية ، كل ذلك بالإضافة الى الاجراءات الضرورية اللازمة للحفاظ على البيئة الطبيعية وحماية التراث الثقافي ، انما يتطلب عملاً منظماً ومخططاً تخطيطياً سليماً مما لا يقبل بالتالى أية محاولات عفوية وبفوق الامكانيات المنفردة . وترتبط على ذلك فانه يتعين على الدولة ان تضطلع بدور التنسيق بين مختلف الجهود والمبادرات والامكانيات ، وقبضة الجهود والموارد الوطنية المتاحة لتهيئة المناخ السياحي اللازم لتقدم وتنمية السياحة .

ويجب على الدولة ان تأخذ بالهسياب التقدم العلمى والتكنولوجى لتطوير اساليب تنميتها السياحية وعدم الوقوف عند حد التقليدية واستمرار التسليم استجابة لكل جديد مستحدث فى السوق السياحى العالمى وبخاصة نتيجة ازدياد حدة المنافسة بين الدول المستقبلية للسياحة .

كل ذلك يجب ان يعكسه الدول - كما قلنا آنفاً - فى سياسة سياحية قومية شاملة تنبئها بقانون بحيث تصبح ملزمة لكافة اجزائها ومؤسساتها الرسمية وغير الرسمية .

وقد اصطلح على ان تشمل هذه السياسة السياحية الشاملة تحديد الاهداف القومية العامة واساليب تحقيق هذه الاهداف العامة فى صورة استراتيجيات عامة

مستقبله تهدف الى تحقيق التنمية المتوازنة بين السياحة وغيرها من قطاعات الانتاج والخدمات .

وتتفرع على هذه السياسة العامة التى تمثل الاطار العام للتحرك السياحى فى صيغته العامة المؤدية الى بلوغ النتائج الايجابية المرغوبة وتفادى النتائج السلبية للتنمية السياحية ، يتفرع على وضع استراتيجيات تفصيلية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية كاستراتيجية التسويق السياحى واستراتيجية التنظيم السياحى واستراتيجية التسهيلات السياحية واستراتيجية استخدامات الاراضى واستراتيجية التدريب والتعليم واستراتيجية نشر الوعى السياحى . واستراتيجية حماية البيئة والتوسع فى المحميات الطبيعية وغير ذلك .

وبالنالى تكون الاستراتيجية اكثر تفصيلا وتحديددا من السياسة العامة بحيث تتضمن الاهداف النوعية المحددة والطول العبادلية المتاحة والممكنة لبلوغ هذه الاهداف المحددة .

وتتفرع على الاستراتيجيات المستقبلية خطط محددة تتضمن برامج عمل محددة مرتبطة باطار زمنى تعبا فيها الموارد الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية والادارية والفنية والبشرية ويمكن بعد ذلك ان تنقسم الى خطة قومية والى خطط اقليمية ( للمحافظات والمناطق المختلفة ) والى خطط قطاعية ( كخطة التصنيع السياحى وخطة التسويق من اسواق معينة وخطة رفع مستوى اماكن الاقامة السياحية .... الخ ) .

ولقد أصبح من ابعديت اسس التنمية السياحية بعامة ضرورة مراعاة التفاعل بين الاسواق المصدرة للسائحين وبين المنتج السياحى المصرى بما يقتضى تنوع انماط السياحة المصرية بما هى مؤهلة له بحكم تنوع مكونات المنتج السياحى المصرى بحيث لا تظل مصر معتمدة فقط على سوق السياحة الاثرية ( وهى جزء من سوق السياحة الثقافية التى لا تزيد فى حجمها عن نسبة ١٠٪ من حجم السياحة الدولية ) بل تتوسع فى استغلال مواردها الطبيعية من شواطئ ممتدة الى ألفى كيلومتر على البحرين الابيض والاحمر التى يمكن استغلالهما فى السياحة الترويحية أو سياحة قضاء الاجازات ، وعيونها الطبيعية الساخنة فى حمامات فرعون والعين السخنة على خليج السويس وفى الوادى الجديد ، فضلا عن امكانياتها الدينية المتعددة وموقعها الجغرافى المتميز الذى يسمح بالتوسع فى سياحة المؤتمرات بعد اعداد الخدمات والتسهيلات اللازمة لها من قصر مؤتمرات القاهرة ومركز مؤتمرات الاسكندرية بالإضافة الى القاعات المتعددة فى جامعة القاهرة وفى مقر الحزب الوطنى الديمقراطى وفى الفنادق السياحية المختلفة .

ولعل أهم ما يمكن التنويه به في هذا المجال أن استراتيجية التصنيع السياحي في المناطق الجديدة يجب أن توضع بشكل تتواءم به مع دراسات تحليل الطلب السياحي على هذا النمط من السياحة الترويحية . وقد وضعت دراسات عديدة للساحل الشمالي الغربي وساحل البحر الأحمر وسيناء بنى بعضها على دراسات تسويقية خارجية متعمقة ، وقبل ذلك تناولت بتحليل المواد الأرضية المتاحة وإمكانات تنمية الزراعة والصناعة والثروة السمكية والحيوانية وغير ذلك من نشاطات فضلا عن التنمية العمرانية وتنمية السكان عن طريق إيجاد محاور تنمية متعددة . واحتياجات كل ذلك من مشروعات البنية الأساسية من طرق وكهرباء ومياه شرب وصرف صحي واتصالات سلكية ولاسلكية . وكل ذلك يشير إلى صحة هذا الاتجاه التعميري الشامل لأن التنمية السياحية أو التصنيع السياحي لا يمكن أن يقف وحده في الميدان دون نشاطات أخرى تكمله وتتساند معه في إطار المجتمعات العمرانية الجديدة .

### تقييم الموارد السياحية في إطار التخطيط :

يجب أن تبدأ الدولة التي ترغب في تنمية السياحة الدولية إليها بمجرد جميع مقوماتها السياحية وتشخيصها وتصنيفها ثم تقييمها وفقا لمعايير موضوعية كمية وكيفية (١) . والأولى تسمى باعتباريات الوزن النسبي Relative Weight Ractors وهذا التقييم يعتبر جزءا لا يتجزأ من العمل التحضيري لخطوة التنمية السياحية الشاملة .

ولا يعنى هذا التقييم مجرد رأى شخصي للفأتم بالدراسة أو وجهة نظر مجردة في القيمة الذاتية للمورد السياحي ، وإنما يخضع التقييم لمعايير موضوعية يجب وضعها مسبقا . وهذا العمل يتطلب خبرة علمية حقيقية إذ يجب أن يكون من ضمن هذه المعايير اختبار المورد أو المعلم في ضوء الموارد والمعالم المنافسة مع الأخذ في الاعتبار اتجاهات الطلب السياحي وخصائصه وحاجات وأذواق وتوقعات السائحين المحتملين .

وهذا التقييم لازم من أجل حماية المعالم السياحية والمحافظة عليها وهو أول خطوة من خطوات التنمية السياحية .

ومعيار هذا التقييم ذو شقين :

( ١ ) تقييم خصائص المورد السياحي طبقا لنظام تصنيف دولي كفى للموارد السياحية ( موارد فريدة لا تقارن - وموارد ابداع - وموارد جذب ) .

(١) راجع دراسة الدكتور فرانكو فرارو الاستاذ بجامعة كيب تاون عن تقييم القومات السياحية لجنوب افريقيا سنة ١٩٧٨ - وهذه الدراسة هي موضوع الرسالة المقدمة منه إلى جامعة بيركلى بكاليفورنيا بالمركا لنيل درجة الدكتوراه في الجغرافيا التطبيقية .

(ب) تقييم مدى استعداد الدولة لتطويع امكانياتها للسياحة مسواء من النواحي الاجتماعية أو الحضارية أو الاقتصادية .

وهذه المعايير لا تتوقف فقط على الظروف الطبيعية والبيئية التى يقع فى اطارها المورد السياحى ، ويجب ان نشير الى الاهمية القائلة للمورد السياحى فى علاقته بالمكان والزمان المطلوبين لامكان استغلاله .

ففى حالة الموارد الطبيعية وبعض الموارد الحضارية التى تتمتع ببعد مكاني ، فان حماية البيئة الطبيعية ، والمحافظة على التوازن الايكولوجى والتخطيط السلمى تصبح امورا ذات اهمية كبرى اذا اريد للسياحة فى الدولة ان تنمو وتتسع قاعدتها محققة الاهداف المرجوة منها .

### ضوابط الخطة العامة للتنمية السياحية :

بعد ان يتم تقييم جميع الموارد السياحية بدا العمل فى وضع خطة شاملة لتنمية العرض السياحى فى الدولة . وهذه الخطة عمل ضخم يتطلب تعبئة جميع الموارد والمجهودات من فنية وإدارية ومالية وعلمية فضلا عن عامل الوقت . ويتم وضع هذه الخطة فى ضوء السياسة السياحية الشاملة الموضوعة مسبقا لكى تكون صمام امن ضد أى تنمية سياحية عشوائية يمكن ان تسبب اضرارا شديدة للطبيعة وللموارد السياحية وتكون مضیعة للاموال والوقت والجهد المبذولين فيها .

**والخطة الشاملة للتنمية السياحية فى الدولة يجب ان تقيم ضوابط التوازن بين المصالح السياحية والمصالح العامة الأخرى للدولة من سياسية واقتصادية واجتماعية وسيكولوجية فى اطار من الدين والاخلاق ، وبين مختلف الاقاليم الجغرافية والسياسية التى تتضمنها الدولة ، وان تتولى تقسيم الدولة الى مناطق سياحية يتم تصنيفها وترتيبها بحسب نتائج جرد وتقييم مقومات الثروة السياحية ( الموارد السياحية ) ، واقامة الاطار اللازم للتخطيط الطبىعى الذى يأخذ فى اعتباره الظروف المناخية والبيئية والايكولوجية وتوفير الموانع القانونية والفنية لحماية الاراضى والمشروعات فى المناطق السياحية من المضاربات بحيث يتم توزيع التوازن بين استخدامات الارض وقيمتها السوقية فى اطار من الواقعية التى يعززها وجود سياسة اقتصادية مستقرة ورصينة .**

وأخيرا يجب ان ترسم هذه الخطة السياحية الشاملة لتنمية العرض السياحى ، وهى جزء لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة ، اطار التكامل والتنسيق بين البهاحة وغيرها من القطاعات الإنتاجية والخدمية .



## تحديد الطاقة القصوى للمناطق السياحية :

ويعنى تحديد العلاقة المثلى بين عدد الأشخاص في المكان وبين الموارد المتاحة لاعاشتهم وخدمتهم تحقيقا لرؤائهم لانه اذا وصل المكان الى درجة التشبع بدأت المنطقة في الانهيار كنتيجة .

ولذلك فانه يلزم وضع مؤشرات يمكن استخدامها لقياس « الاحمال » القصوى التى يستطيع المكان او يمكن للمنطقة تحملها . وبمعنى آخر تحديد مبادئ ملزمة للوصول الى عدد السائحين الذين يمكن للمكان امتصاصهم دون تخفيض لمستوى الخدمات او قيمة تجربة الزائر ودون ان تترتب آثار خطيرة بالنسبة للبناء الاقتصادى والايكولوجى .

وتفصيلا لما تقدم فان الطلب السياحى على الدولة او منطقة ما بداخلها يمارس ضغوطا قد تنتج في ضرورة تركيز التسهيلات والخدمات فيها .

وتركيز التسهيلات والخدمات في منطقة ما ينتج بدوره تركيزا للطلب عليها لما يوجد بين الطلب والعرض من علاقة تبادلية تراكمية . لذلك فانه يجب تحليل درجة التشبع والتركيز في المناطق السياحية المستقبلية للسياحة سواء من جانب الطلب او من جانب العرض ، وبمعنى آخر من ناحية البيئة الطبيعية والمناخ الاقتصادى والمضمون الاجتماعى للسوق المصدر والمنطقة المستقبلة .

والمعادلة الأساسية لتقدير الطاقة القصوى لاي منطقة سياحية هي :

$$ط = \frac{م \times ت}{ث}$$

حيث تكون : ط هي الطاقة القصوى للمنطقة .

م هي اجمالى حجم المنطقة .

ت معامل الارتباط الصحيح وهو يتراوح بين  $\frac{1}{2}$  - 1 ( صحيح ) ويحدد كوظيفة للخصائص الذاتية القياسية مع اعتبار الجوانب المعمارية والهندسية والجيولوجية والمائية للسطح مع اعتبارات أخرى .

ن المساحة المقبولة للشخص بالتر المربع .

والطاقة الكلية للمنطقة التى نحن بصددنا يجب ان يتوفر فيها المتطلبات

الآتية :

ط ( اكبر من ) ح .

حيث تكون : ط هي الطاقة الكلية للمنطقة .

ح تمثل حركة السياحة ( عدد الزوار أو السائحين ) الى المنطقة ،  
والقواعد والنظم التى تساعد على هذا التحديد هى :

— **مبدأ التسامح البيئى** ، ويعنى الى اى حد يمكن بناء المنطقة دون تشويه  
الجمال الطبيعى .

— **مبدأ الراحة** ، اى حدود الكثافة السياحية فى علاقتها بالمساحة الأرضية ،  
الكثافة السكانية والمكان بحيث تمنع الازدحام وما يسببه ذلك من ضرر بالموارد  
السياحية سواء اكانت طبيعية ام تاريخية وحضرية ام تسهيلات وخدمات .

— **مبدأ الحدود الطبيعية** الذى يقضى بتحديد التوسع السياحى وتحديد مستويات  
الوظيفة السياحية للمنطقة بناء على الطبيعة المنة للموارد السياحية الاساسية  
للمنطقة كصدى للاستغلال السياحى .

### **نحو ادارة افضل للعرض السياحى :**

ولا يعتبر العرض السياحى للدولة المستقبل للسائحين جيبا اقتصاديا مستقلا  
داخل الدولة بل هو مجموعة الموارد والعناصر التى تجذب أنظار السائحين وتحملهم  
على زيارة الدولة أو المنطقة منها - وهو بهذه المذبة ذات قاعدة عريضة تتصل بجميع  
قطاعات الحياة الاناجية القومية من زراعة وصناعة وتجارة وتعددين واسكان  
وتأمين وصحة وتعليم وانتعاش ودين وغير ذلك . ولا شك ان القرارات التى تصدر  
فى الاستثمار أو فى التنظيم أو فى الصحة أو فى العمالة أو فى استخدامات الأرض  
تؤثر تأثيرا يختلف مداه على العرض السياحى . والتركيب فى العرض السياحى  
يتفلفل فى جميع وجوه نشاط الأمة على عكس ما يتصوره البعض من انه قاصر على  
البائعين والمشتريين فى نشاط السفر . حقيقة ان الأثر الاقتصادى الأكبر للسياحة  
مستمد من الخدمات المباشرة مثل الفنادق والنقل والملاهى ، ولكن **العرض  
السياحى ككل هو جزء من حياة المجتمع** . فالحداثق والمتاحف والغابات والميادين  
والآثار وأماكن العبادة وأماكن ممارسة الرياضة كلها ذات أهمية متساوية للسائحين  
وللمواطنين . وكلما زاد فخر المجتمع المقيم بانجازاته فى حياة اجتماعية افضل كلما  
زاد العرض السياحى قوة وجاذبية وتأثيرا .

### **١ - تحسين قيمة المنتج السياحى :**

لأن العرض السياحى يتكون من عناصر متباينة ومتعددة ومستقل كل منها  
عن الآخر مثل خدمات المعلومات والاعلان والدعاية والاقامة والأغذية والنقل ..  
وغیرها ، فان القيمة الكلية لتجربة السائح وتميزها تصبح الأساس فى غمرة الاهتمام

برفع مستوى كل من تلك العناصر على حده .

ورغم ان كثيرا من الجهود قد بذلت في دول سياحية كثيرة لرفع مستوى الخدمات داخل كل عنصر من عناصر العرض السياحي الا ان ذلك لا يكفي لجعل صناعة السياحة في الدولة قطاعا انتاجيا هاما . ولذلك فان الدول بمختلف قطاعاتها العامة والخاصة يجب ان تعمل جاهدة لتحقيق الوصول الى قيمة أعلى لتجربة السائح من خلال الادارة المثلى للعرض السياحي .

ولقد أصبح هدف القيمة الأعلى لزيارة وتجربة السائح من النواحي الاجتماعية والفنية والحضرية والاقتصادية يمثل أهم عامل من عوامل المنافسة بين الدول السياحية لأن السائحين يتجهون أكثر وأكثر يوما بعد يوم للبحث عن منتجات سياحية متميزة شاملة الاستقرار الاقتصادي والسياسي والجوانب الجمالية الطبيعية والمصنوعة . ولا شك ان الوصول الى اشباع رغبات السائحين يتطلب من الدولة العمل على تحقيق هذا الهدف السائح من خلال ادارة متميزة وتوظيف امثل لعناصر العرض السياحي .

ويتطلب ذلك سياسة عامة مركبة من عدة استراتيجيات اهمها ما يلي :

( أ ) **حماية السائح من الضرر** من أى نوع سواء كان ضرا ناتجا عن البيئة الطبيعية او البيئة الحضرية او البيئة الاجتماعية ، ويتطلب ذلك اتخاذ كافة الاجراءات الكفيلة بتحقيق الامان من الضرر الناتج عن الفيضانات والزلازل وانهيار المباني وحوادث النقل والصخور المنهارة من الجبال والحرائق والتسمم من الطعام الفاسد وغير ذلك .

(ب) **حماية السائح ضد اعمال العنف والجرائم** ويتطلب ذلك الرقابة المحكمة على المنشآت السياحية ووسائل النقل المتعددة شاملة سيارات الاجرة ( التاكسي ) والسيارات العامة ( الاتوبيسات ) والقطارات وغير ذلك ، فضلا عن حماية السائحين في المطاعم وفي الاتوبيسات وفي الاسواق بل وفي الطرق العامة ضد ( التشرذم ) او اى جريمة يمكن ان يرتكبها اى شخص . وحماية السائحين كذلك ضد اضرار الاضطرابات واخطار الاوبئة وغيرها .

(ج) **تحقيق النظافة وتوفير الصحة للسائحين** بحيث يجب ضمان حد ادنى مقبول من النظافة وتخفيف حدة التلوث الذى يصيب للهواء او مياه الشرب او الاطعمة والمشروبات في الاماكن العامة .

(د) **ضمان احترام الاتفاقات السياحية وتنفيذها** بمعرفة مختلف المنشآت السياحية من فنادق وشركات سياحية وشركات نقل ومحال سياحية ومرشدين وغير ذلك .

(هـ) **العناية الخاصة بالسائحين المعوقين** كمرضى القلب والكفوفين ومرضى السكر وكبار السن ومحدودي الحركة أو يتنقلون بكراسي متحركة ، والسيدات الحوامل والمتأخرين عقليا والسائحين الذين يتأثرون بالأماكن المغاقة أو الأماكن المرتفعة .

وقد ضربت دول سياحية متقدمة بسهم وافر في وسائل العناية بهؤلاء السائحين .

( و ) **اعلام السائحين بكل المعلومات التي تهم السائحين** والمنطقة بالدولة التي يزورونها لتسهيل زيارتهم وجعلها زيارة ناجحة ومثمرة يتذكرونها لوقت طويل في المستقبل وذلك بانتشار مكاتب الاستعلامات السياحية في جميع المدن والمناطق السياحية وفي نقاط الدخول للدولة والخروج منها وعلى الطرق السريعة . ويشترط أن تكون هذه المكاتب مزودة بأحدث المعلومات التي تهم السائح سواء النشرات الشارحة للمعالم السياحية أو معلومات تفيد السائحين في مشترياتهم أو أسعار الخدمات السياحية في مختلف المناطق السياحية خلال فترات الدروة من الموسم وخارجها والمتاحف والعناوين وأرقام التليفونات الهامة ، ودرجات الحرارة والرطوبة النسبية وعادات وتقاليد السكان في المناطق السياحية المختلفة ، وكيفية الاقتصاد في تكاليف السفر الداخلي ووسائل النقل السياحي المختلفة المتاحة ، وأماكن الإقامة المختلفة المستوى وغير ذلك ( ١ ) .

(ز) **الاهتمام بمستويات الخدمة في جميع المنشآت السياحية عن طريق رفع مستوى التدريب السياحي بمختلف أنواعه ومستوياته** . وهنا يجب أن تشرف الدولة على ما يتم في مختلف المنشآت السياحية من تعليم وتدريب لضمان كفايته أو أن تمهد بذلك الى مؤسسة أو هيئة متخصصة . ويحتاج الأمر في ذلك الى وضع خطة محكمة للتعليم والتدريب ( ٢ ) .

## ٢ - رفع مستوى الإصالة في الصورة السياحية :

ان الصورة السياحية لها جانبان بالغا الأهمية أحدهما من الناحية التسويقية والثاني من ناحية العرض السياحي .

**والإصالة في الصورة السياحية تعني ان تكون الدولة السياحية مختلفة عن الدولة المصدرة للسياحة بقدر يسمح بأن تكون مثيرة وجاذبة في عيون السائحين**

(١) درجت دول سياحية نائية أن تهتم بالجانب الدعائي والإعلاني في نشراتها وكتيباتها وإعلاناتها بالصحف أكثر من الجانب الاعلامي وهذا خطأ .

(٢) وضع المجلس القومي للتسويق والشئون الاقتصادية في مصر خطة شاملة لتنمية مصادر الثروة البشرية عام ١٩٧٧ وهي خطة لم تر طريقاً للتطبيق الكامل للأسف .

اذ تقدم لهم الاستجابة المطلوبة لدوافعهم من الجديد ومكان للهروب والتفكير ، وفي ذات الوقت تكون مماثلة في ظروف الراحة والامان بقدر يسمح للسائحين بالطمأنينة وعدم الخوف من المجهول (١٨) .

ومما يجب التركيز عليه هنا ان معظم دول العالم السياحية تملك من الموارد الطبيعية أو الحضارية أو كليهما مما يؤهلها لتنمية السياحة فيها ، ولكن تهمل بعض هذه الدول جانب الاصالاة الواجب توفره وتقلد غيرها ممن سبقها من دول سياحية في مضمار التنمية السياحية تقليدا اعمى .

وخطأ ذلك ظاهر في أن نجاح التجربة الاصلية لا يعنى ابدا نجاح تجربة التقليد لاختلاف البيئة الطبيعية والحضارية والبشرية والفنية والمادية من دولة الى أخرى ولأن السائحين يرغبون في الاختلاف والتباين بين الدول المستقبلية لكي يتمتعوا بتجارب سياحية متعددة تثير كل منها جانباً من الاعتزاز بالتجربة لديهم يتحدثون عنها الى ذويهم واصدقائهم ومعارفهم .

ومن ناحية أخرى تتطلب الاصالاة أن تعكس العناية السياحية الموجهة للاسواق السياحية المصدرة صورة صادقة عن عناصر العرض السياحي المتاح والا تتسمهم بالمبالغة ولا بأسقاط اوصاف قد تؤثر في دوافع السائحين ايجابيا او سلبيا ، لأن عدم الصدق ايجابيا او سلبيا لابد يؤثر في المستقبل السياحي للدولة ان عاجلا او آجلا .



## الباب العاشر

### التفاعل بين تخطيط التنمية السياحية وحماية البيئة

يفيد تاريخ السياحة انها في تطورها وازدهارها كانت نتاجا لتفاعلها مع البيئة والمكان .

فالمناخ المعتدل والمناظر الخلابة الجميلة وتضاريس الأرض الرائعة ذات الجاذبية من جبال وتلوج وصحراء وبحيرات وأنهار وشواطئ بحرية وشلالات ونبابع وغير ذلك كانت ضمن اهم المعالم التي ساعدت على توسيع قاعدة السياحة الدولية والداخلية في العالم لانها كانت وما تزال مصدر سحر للانسان وسببا من أسباب راحته النفسية وسعادته الفامرة بنظره اليها واستمتاعه بقضاء بضع يوم أو يوم أو اكثر في احضانها فنبتت فيه الحيوية وتجدد نشاطه بعد أن انهكه العمل وروتين الحياة وتعقدها وتشابك متطلباتها .

وقد بدأ خبراء السياحة وعلمائها في العالم في الاهتمام بالآثر المتبادل بين السياحة والبيئة منذ عهد ليس بالبعيد . فالبيئة الصالحة كما قلنا من أهم الموارد التي تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها ، وفي ذات الوقت فإن استخدام السياحة للبيئة قد يترتب عليه تدهور قيمتها فيؤدي الى تدمير عنصر من أهم العناصر التي تقوم عليها السياحة فكان السياحة تهدم نفسها بنفسها . ولكننا نسارع الى القول بأن تدهور البيئة وتلوثها لم يكن في يوم من الأيام نتيجة للنشاط السياحي وحده . بل ان هذا التدهور وذلك التلوث يتسببان بصفة أساسية عن اتساع قاعدة الحياة المبنية وزيادة عدد السكان ، وانتشار غبار المصانع وعادم السيارات ووسائل النقل المختلفة وتقلص المساحات الخضراء في كثير من مدن العالم الثالث بوجه خاص، وتكون السياحة بذلك مجرد عامل مساعد على تدهور البيئة وزيادة حدة التلوث في بعض الأحيان ان لم تتخذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك في التخطيط للتنمية السياحية .

وقد تضمن اعلان مانيلا ( المؤتمر العالمي للسياحة ) بتاريخ ٢٧ سبتمبر الى ١٠ أكتوبر ١٩٨٠ ما يلي :

« ان الموارد السياحية المتاحة في مختلف الدول تضم المساحات الأرضية والتسهيلات والقيم ، هذه هي الموارد التي لا يمكن ان يترك امر استخدامها دون رقابة والا تعرضت لمخاطر الندهور أو التدمير » .

« ان الاستجابة لمتطلبات السياحة يجب الا تضر بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق السياحية أو البيئة أو بالموارد الطبيعية التي تعتبر عوامل الجذب الأساسية للسياحة ، ولابالمواقع التاريخية والحضارية . ان جميع الموارد السياحية هي جزء من التراث الانساني ولذلك يجب على المجتمعات الوطنية والمجتمع الدولي ككل ان تتخذ الخطوات الضرورية لضمان المحافظة عليها » .

« ان المحافظة على المواقع التاريخية والحضارية والدينية في جميع الأحوال ، وبوجه خاص في وقت الصدام ، هي واحدة من المسؤوليات الأساسية للدول » .

**وبتاريخ اول يوليو ١٩٨٢ وقعت منظمة السياحة العالمية وبرنامج الامم المتحدة**

**للبيئة UNEP اعلانا مشتركا جاء فيه ما يلي :**

« ان حماية وتحسين ورفع مستوى مختلف مكونات بيئة الانسان هي ضمن الشروط الأساسية للتنمية السياحية المتنافسة . وكذلك فان الادارة الرشيدة للسياحة تساهم مساهمة كبيرة في حماية وتطوير البيئة الطبيعية والتراث الحضاري وتحسين مستوى الحياة الانسانية » .

**تعريف البيئة الطبيعية :**

ويمكن تعريف البيئة الطبيعية بانها الاطار الخارجى الذى يجمع بصورة متكاملة العناصر الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية حيث يعيش الانسان ككائن بشرى مع الكائنات الأخرى من نبات وحيوان وجماد في كيان طبيعى ومصنوع موحد ومتناسق يسوده التجانس وعدم التنافر والصحة العضوية والنفسية والبقاء لكل عنصر من عناصر هذه البيئة . وهذا هو التوازن الطبيعى الذى خلقه الله عز وجل .

**والبيئة توازن ( ديناميكى ) تتفاعل فيه مجموعة من العناصر الطبيعية والايكولوجية والبشرية بحيث تؤثر على الانسان وتتأثر به في اطار من الضوابط المتشابكة التى لم يتم التعرف عليها جميعا بعد .**

وللبيئة على هذا النحوظة استيعابية معينة يمكن ان يطرا عليها تغيرات نتيجة لتدخل النشاط الانساني من عمراني وصناعي وزراعي وسياحي بحيث ان زادت هذه التدخلات عن الحدود المسموح بها أدى ذلك الى خلل يصعب اصلاحه او تعويض مضاره وخسائره لانه يرتب اختلالا في التوازن الطبيعى المشسار اليه . ويتمتع التعرف على هذه الحدود الا بالقيام ببحوث ودراسات تخطيطية وايكولوجية

متممة تهدف الى رسم **حدود التقييم البيئي** . ( وقد سبق ان عرضنا لذلك تحت عنوان تحديد الطاقة القصوى للمناطق السياحية ) ، وهى حدود تختلف من منطقة الى أخرى وتستمد خصائصها من طبيعة موقعها على البحار المفتوحة أو البحيرات المغلقة أو على الأنهار أو فى الجبال أو فى أجزاء مختارة من الصحراء أو الغابات . ولعل أهم مبدأ يجب مراعاته فى هذا الشأن هو ضمان تجانس تصميم وتخطيط المشروعات السياحية وعدم تعارضها مع البيئة الطبيعية لكى تظل البيئة منتجة كمورد طبيعى أساسى لتحقيق التقدم الاقتصادى والاجتماعى والحضارى للإنسان . **والبيئة الطبيعية ليست محددا من محددات التنمية وإنما هى مورد من مواردها وفرصة متاحة امام الإنسان لاثبات ملكاته الخلاقة والمبدعة فى المحافظة عليها وتسخيرها لتحقيق غاياته واهدافه المشروعة .**

ولعل أهم وجوه الاهتمام بحماية البيئة من التدهور يكمن كما قال بعض العلماء الأمريكيين فى تطوير نظام النقل والمواصلات بشكل يهدف الى الترجمة السليمة لامكانيات البيئة فى عين الزائرين ، وكذلك فان افساح المجال لنمو وازدهار الامكانيات الطبيعية النباتية والحيوانية *Flora Fauna* وابادة ما قد يكون فى البيئة من حيوانات وحشرات ضارة كالعقرب والعنكبوت والزواحف والبعوض والذباب وما فى الأرض من طفيليات وكل ما يكون غير مرغوب فيه يعتبر من أهم عناصر حماية البيئة الطبيعية وتحسين مستواها . وكذلك فان القضاء على المخلفات العضوية والبترولية من الشواطئ البحرية والتشديد فى الرقابة على مختلف ملوثات البيئة الأخرى وضمان مستويات عالية من السلامة والنظافة والصحة والصيانة يعتبر من أهم العوامل الرامية الى حماية البيئة وعدم تدهورها بالتلوث .

**والتلوث هو كل تغير فى الصفات الطبيعية للعناصر التى تتحكم فى البيئة التى يعيش فيها الإنسان ، وأهمها الماء والهواء والتربة ، تغير يؤدى الى الاضرار بها نتيجة الاستعمالات غير المشروعة لهذه العناصر وذلك بسبب اضافة مواد غريبة عنها (١) . وقد يكون التلوث بيولوجيا أو كيميائيا أو اشعاعيا أو بالنفايات والمخلفات الضارة أو بعدم النظافة وغير ذلك .**

وعلى صعيد آخر فان الاهتمام المتزايد بالمعالم الأثرية والاماكن ذات القيمة الحضارية يعكس عناية فائقة بترميم هذه المعالم وفق القواعد العلمية والتاريخية المسلمة لكى تبقى سليمة شاهدة على عظمة الحضارات البائدة وعلى ارتفاع مستوى الوعي الحضارى للأجيال الحالية التى تهدف الى تسليم هذا التراث قائما سليما الى الاجيال المستقبلية .

---

(١) راجع التقرير المقدم للمجلس القومى للخدمات عن اتجاعات عامة لعلاج المشاكل الرئيسية للبيئة فى مصر بجلسة ١٩٨٠/٦/١١ .



ولا جدال في أنه كلما زاد هذا الاهتمام كان ذلك دليلا على الرغبة في الحفاظ على القيم الطبيعية والحضارية والتي تؤدي منطقيا ومباشرة الى استغلال أمثل للبيئة يتمثل في مظهر جمالي أفضل للمناطق السياحية .

**تخطيط المساحات الأرضية للاستغلال السياحي ( اللاندسكيب ) او تخطيط مسطح الاجازات . Vacationscape**

تعني عبارة تخطيط مسطح الاجازات جملة البرامج التي تؤدي الى خلق بيئات سياحية مقبولة ومرضية ومشبعة لرغبات السائح عن طريق ارتباط التصميم المعماري والهندسي بتصميم وتخطيط المساحات الأرضية ( اللاندسكيب ) كإطار أرضي طبيعي مستقل سياحيا .

**وهذا الاتجاه مركز على الجانب الجمالي مع الجانب الوظيفي Functional** الذي يعني تسخير النواحي الطبيعية والانشائية والحضارية والترفيهية والصحية في التصميم لكي تحقق استخداما أمثل وخدمات أوسع مدى وارتفاع مستوى لاشباع دوافع السائح وتحقيق رغباتهم وفي ذات الوقت مقاومة مرور الزمن وضغوط الاستعمال .

**ومن هنا نجد أن البيئة ومآلها من ارتباط بحياة الإنسان ، تدخل في قطاعات مختلفة مثل النقل والمواصلات والإسكان والمرافق والطاقة والصناعة والزراعة والري والسياحة وغير ذلك .**

**فالنقل** من حيث أنه يسهل طرق الانتقال والربط بين المجتمعات المختلفة والتنمية الاقتصادية بالدولة ، إلا أنه قد يؤدي الى تلوث الهواء وأحداث الضوضاء .  
**والإسكان والمرافق** التي تشمل التوسع العمراني للمجمعات السكانية ومشروعات المياه والكهرباء والصرف الصحي فهي واضحة المعالم في علاقتها بالبيئة وتطورها وأهميتها الحيوية والاقتصادية ، إلا أنها تعتبر من الأسباب الهامة لأحداث التلوث .

كذلك بالنسبة الى **الصناعة والطاقة** فهي عنصر أساسي ومباشر في البيئة والعنصر المكمل للهواء والماء والغذاء في إيجاد مجتمعات عمرانية منتجة ولذلك كان من الضروري المحافظة على مصادر الطاقة الطبيعية والصناعية بل وإيجاد مصادر جديدة لها .

**أما الزراعة ،** مع ارتباطها الوثيق بالري ، فهي مصدر طعام الإنسان ومؤثر فعال في حياته ولابد من المحافظة عليها ضد التلوث البيئي ، بل أن انتشارها يؤدي بذاته الى تخفيف حدة التلوث البيئي مادامت الاحتياطات اللازمة قد اتخذت ضد تلوثها بالمبيدات الحشرية وغيرها .

**ولا شك أن تنمية الوعي البيئي في الشعب أمر لازم لأن فاعلية التشريعات البيئية لا يكتمل دون تنفيذ واع ، وهذا التنفيذ الواعي يتوقف على وعي الجماهير**

القواعد الشعبية التي يجب ان تحس بمشاكل تلوث البيئة وآثارها الضارة على الصحة . فضلا عن ان السياحة الدولية والداخلية لا يمكن ان تتعش وتنبو في ظل بيئة ملوثة وغير صحية مهما ارتفع مستوى الخدمات والمنشآت السياحية التي صنعتها يد الإنسان . ولذلك فانه يجب غرس الوعي البيئي في نفوس النشء والاجيال الحالية والمستقبلية بتدريس علم البيئة ومبادئ حمايتها بالمدارس باعتباره علما اساسيا في الدراسة ، مع التوعية والترشيد للجماهير عامة بوضع برامج اعلامية مدروسة تشترك فيها كافة اجهزة الاعلام من صحافة واذاعة وتليفزيون في الدولة لتنمية الوعي البيئي .

وتلخيصا لما تقدم يبين انه نتيجة لتداخل السياحة في مجالات شتى للنشاط الانساني وكذلك ارتباطها الوثيق بالبيئة الطبيعية لما تتطلبه تنميتها من تآثر بالبيئة الطبيعية وتأثير حتى عليها ايجابيا أو سلبيا تبعاً لمدى ما يتم من مراعاة للنظم والقواعد المنظمة لهذا التأثير ، فان السياحة يمكن ان تتصادم مع البيئة فتزيد من حدة التلوث ويمكن ان تنسجم مع البيئة فتخفف من حدة التلوث بأنواعه المختلفة حتى التلوث العمراني Urban pollution والتلوث المعماري Architectural Pollution والتلوث الضوضائي Noise Pollution

وبالتطبيق على مصر فانا نجد ان كثيرا من مشروعات التنمية السياحية في المناطق الشاطئية لم تراعى فيها هذه الاعتبارات البيئية الهامة ، ولذلك فان بعض المراكز السياحية التي انشأتها بعض الجمعيات التعاونية على سبيل المثال على الساحل الشمالي الغربي ( المنطقة الاولى المنهية عند العلمين ) والتي انشأها بعض المستثمرين على ساحل البحر الاحمر عاربة من كل تخطيط بيئي حريص على اقامة التوازن المطلوب بين التنمية السياحية والبيئة الطبيعية وخلوا من كل اعتبار جمالي كان يمكن أن يترتب عليه تحسين مستوى المنطقة لكي تصلح عنصر جذب سياحي دولي .

ولعل الذي حدث في حلوان ( التي كانت منطقة جذب للسياحة العلاجية وكان ينتظرها مستقبل كبير في هذا المجال ) من تلوث عمراني وصناعي أدى الى تلوث هوائى ومائى بوجه عام أدى الى انتهاء مستقبلها السياحي ، يكون وازعا لنا للاهتمام بالجوانب البيئية اهتماما كبيرا في تخطيط التنمية السياحية في مصر ..

## أسس التوازن بين التنمية السياحية البيئية في مصر

ولتحقيق التوازن بين التنمية السياحية في الدول السياحية بعامة وفي مصر بخاصة وبين البيئة يتعين أن تخضع مشروعات التنمية السياحية لتحليل متكامل يمكن أن نوجزه في القائمة :

### ١ - الاطار الطبيعي :

- جيومورفولوجي
  - جيولوجي
  - مناخي
  - بيولوجي
  - هيدرولوجي
  - صحي
- خصائص المساحات الارضية والشواطئ البحرية والجبال وغير ذلك .  
المواد الأولية - التربة وما تحتها .  
الرياح - الحرارة السطوح الشمس - البحر .  
الثروة النباتية والمساحات المنزرعة -  
حماية البيئة الطبيعية واعادة التشجير -  
الثروة الحيوانية .  
التيارات البحرية - المياه الجوفية .  
تلوث الهواء - تلوث المياه - العوامل السلبية الأخرى الموقف الصحي بوجه عام .

### ٢ - القيم الحضارية :

- المواقع الأثرية
  - المعالم التاريخية
  - المعالم الحديثة
  - المرفيات الحضارية
  - القيم الفنية الجمالية
- وضع أولويتها وطرق استغلالها سياحيا .  
الاستثمارات الرئيسية في المواقع الجديدة والمرعات المختلفة .  
الفولكلور - المهرجانات - النشاطات الحضارية والثقافية الأخرى .

### ٣ - الظروف الاجتماعية والاقتصادية :

- الجوانب الديموجرافية
  - محيط السكني
  - مستوى المعيشة
  - التمدين
  - الصناعة
  - الزراعة
- الشرائح بحسب السن والمهنة والتطور السكاني والهجرات البشرية .  
هياكل التجمعات السكانية ونطورها - مستوى الخدمات والتجهيزات .  
الدخل وتكاليف المعيشة - الصحة العامة التأمينات الاجتماعية .  
امكانيات استخراج الثروة المعدنية المتوفرة مختلف جوانب الانتاج الصناعي - مدى تأثيرها على المحيط الحياتي والبيئية .  
التخصص الزراعي في المنطقة - التوسع الانتاجي في الزراعة عن طريق التكامل الراسي والتكامل الأفقى - مدى امكانيات التحسين في المحاصيل الزراعية - مدى الاكتفاء الذاتي وامكانيات التصدير .

أنواعها ومستوى جودتها .  
أنواعها - ومدى كفايتها ومستوى جودتها.  
أنواعها وطاقاتها ومستواها .

— الصناعات اليدوية  
— الثروة السمكية  
— التجهيزات الأساسية  
للحياة المدنية

### ٤ - البنية الأساسية :

الطرق - النقل البحرى والنقل الجوى  
والنقل الجوى المتاح - البنية اللازمة لوسائل  
النقل . الشبكات الاتصالات السلكية  
واللاسلكية .

— النقل والمواصلات  
والاتصالات

مدى توفر مياه الشرب عن طريق المجارى  
المائية أو عن طريق المياه الجوفية - تكلفتها .  
مصادرها التقليدية والجديدة امكانيات  
توزيعها واقتصادياتها - مدى تأثيرها على  
البيئة الطبيعية .

— اقتصاديات المياه

— الطاقة

### ٥ - التجهيزات السياحية :

مستوياتها وطاقاتها ومدى نجاح استغلالها

— منشآت الإقامة

— المطاعم

المسارح - دور السينما - صالات الرقص  
ملاعب وصالات المسابقات الرياضية -  
المرافق الترفيهية - ملاعب الجولف - مدى  
تجهيز الشواطئ .

— المنشآت الترويحية  
والرياضية

محلات بيع المواد الغذائية - ومحلات  
أدوات الرياضة والملابس - والمكتبات  
والجراجات ... الخ

— التجهيزات السياحية  
التجارية

وكالات السفر والسياحة - مكاتب تأجير  
السيارات - المرشدين - مكاتب الاستعلامات  
مكاتب العلاقات العامة وغير ذلك .

— تجهيزات الاستقبال  
السياحي

الحمامات - الفنادق - الفنادق والكبرى  
وتجهيزات السونا والتدليك وغير ذلك .

— تجهيزات الصحة  
البدنية

### مكان التنمية البيئية في خطط التنمية السياحية :

لم تتضمن خطط التنمية السياحية في مصر على تعددها سواء اكانت خطة  
قومية ( وهى التى وضعها فريق الخبراء الالمان شتايجنجر ) او خططاً اقليميه  
للساحل الشمالى الغربى وساحل البحر الاحمر وسيناء وبحيرة السد العالي  
مواجهة المشكلات البيئية بوضع اسس لحمايتها وتحقيق التوازن بينها وبين التنمية  
السياحية في تداخلها مع سائر قطاعات الانتاج والخدمات اللهم الا خطة تنمية سيناء  
( التى وضعها المكتب الاستشارى الأمريكى ديمس آندومر ) اذ عرضت تلك الخطة  
في الجزء الرابع منها لبيئة سيناء ولكن بما لا يكفى لتنظيم ما نحن بصدده . .  
اما الدراسة الوحيدة التى تناولت البيئة بالدراسة والتحليل الكافى فهى الدراسة

**الهيكلة والسياحية لشمال سسينا** والتي يقوم بها المكتب العربي للاستشارات الفنية بالاشتراك مع مكتب الخبرة الأمريكى بابل كيرفويستر ( التقرير الاولى من أربعة اجزاء اذ خصصت الجزاين الثانى والثالث لدراسة الموارد السياحية من مناخ وطوغرافيا الأرض ، والشواطئ البحرية وخصائصها من نحر وترسيب والتيارات البحرية السائدة ، ومصدر المياه المتاحة ، والتلوث ومصادره ، وأنواع المساحات الأرضية المتاحة وتقييمها ، وأنواع الطيور المحلية والمهاجرة والعالم التاريخية والحضرية ، ثم معايير اختيار المواقع المتميزة للتنمية السياحية . الخ وترتبط على ما تقدم ، فإنه يجب التزام الحزم فى ان يتبنى تخطيط كل إقليم أو منطقة سياحية أو مركز سياحى الاعتبارات البيئية المختلفة ، والا يسمح بوضع خطة تنمية سياحية أو تنمية اقليمية متكاملة الا وحماية البيئة جزء اساسى من اجزائها . بل ان تنفيذ المشروعات السياحية الجديدة يجب ان يكون فى داخل هذا الاطار البيئى حتى يمكن لمصر ان تجنى ثمار التنمية السياحية بشكل يساعدها على الخروج من المشكلة الاقتصادية التى تعانى منها الآن .

#### **الاسس المقترحة لتحقيق التوازن المنشود :**

- ١ - ان وضع المستويات البيئية العامة المقبولة والالتزام بها هو مسؤولية السلطات العامة المختصة آخذة فى اعتبارها « الأهداف الاجتماعية المختلفة والاولويات المتعلقة بحماية البيئة والدرجات المختلفة للتصنيع والكثافة السكانية » وينطبق نفس الحكم على وضع المستويات فى المناطق المستقبلية للسياحة لكى يمكنها التوافق مع ما يتوقعه السائحون من شروط بيئية وفى المناطق السياحية يجب ان تكون المستويات مصممة بما يتفق مع متطلبات وقضاء أوقات الفراغ والاستجمام لدى السائحين وهذه المستويات يجب ان تأخذ فى اعتبارها الامكانيات التمويلية لهذه المناطق كل على حدة
- ٢ - يجب ان تتواءم خطوات التنمية السياحية مع الظروف البيئية فى المنطقة السياحية المعنية ويجب ان يوجه الاهتمام الى تنمية الزراعة وزيادة المناطق الخضراء لكى يمكن مواءمة السياحة مع السياسات البيئية .
- ٣ - نظرا لان النماء المستمر المنظم لصناعة السياحة يتوقف على صيانة الموارد التى تقوم عليها ، فان السلطات يجب ان تتأكد أن التعاملين فى الخدمات والتسهيلات السياحية للسائحين يجب ان يمثلوا للمتطلبات التى توجهها حماية المنطقة واحترام التقاليد الحضارية وهذه يمكن تحقيقها عن طريق التشريع الذى يضع الحدود التى تكفل المستويات العالية من الخدمات والتسهيلات وضمان صدق وانضباط المعلومات البيئية المقدمة للسائحين المتوقعين .
- ٤ - من اجل الحفاظ على الموارد الطبيعية والحضرية والمصنوعة - وهى عناصر

الجدب الرئيسية للسياحة - فان من الضروري ان تضع السلطات الرسمية الارشادات البيئية لخطط تنمية السياحة ، وبوجه خاص فيما يتعلق بقيمة الهواء والماء وحماية التربة ، والمحافظة على التراث الطبيعى والحضارى وقيمة مراكز الاسكان البشرى .

٥ - يجب أن تراقب السلطات المحلية المختصة تزويد المناطق السياحية بكل ما يلزم من تدابير خاصة بالصرف الصحى ، ومنع التلوث الضوضائى ورقابة الكثافة البنائية وكثافة حركة النقل إليها وبداخلها .

٦ - يجب تبني كافة انواع الحوافز في القطاعين العام والخاص لامتداد الطلب السياحى في البعدين المكاني والزمنى بحيث يمكن تفادى الضغوط على البيئة ، ولذلك فإنه يجب تشجيع نهايات الاسبوع المرنه والاجازات المتنوعة والمواسم .

٧ - يمكن على ضوء ما سبق ، ومن الوصف المؤسس على تحديد الطاقة القصوى

للمساحات الأرضية اعداد تقرير تخطيطى يحدد استراتيجية المواقع التى يجب تنميتها من ناحية وتحسين البيئة من ناحية أخرى ، وادخال التنمية السياحية ، البعدين المكاني والزمنى بحيث يمكن تفادى الضغوط على البيئة، واستخدامات الاراضى .

٨ - يجب ان تكون القرارات المتعلقة بخطط التنمية السياحية مبنية على المعلومات الكاملة المتاحة والمتعلقة بالآثار البيئية ، فاذا لم تكن هذه المعلومات والبيانات كافية فإنه يجب البحث عنها . ويجب استخدام طرق تقييم الآثار البيئية في مشروعات البيئة السياحية الكبيرة لى يتم تقييم الضرر المتنوع حدوثه في البيئة في ضوء النمو السياحى المتوقع والمتنباه والطلب في اوقات الذروة .

ويجب اعتبار مواقع بداية للتنمية مع اخذ المحددات المحلية وحدود الطاقة القصوى البيئية في الحسبان . وهذه الطاقة القصوى تشمل العناصر الطبيعية والايكولوجية والاجتماعية والحضارية والنفسية .

٩ - باعتبار أن الطاقة القصوى سنختلف من موقع الى آخر ، فإنه يجب استخدام التشريع لوضع حدود على التنمية في المناطق الحساسة التى تتطلب حماية خاصة لأسباب معينة ، ومن أمثلة ذلك القانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٨٣ فى شأن المحميات الطبيعية الذى نص على حظر اية أعمال أو أنشطة أو إجراءات من شأنها تدمير أو اخلاف أو تدهور البيئة الطبيعية أو الاضرار بالحياة البرية أو البحرية أو النباتية أو المساس بمستواها الجمالى بمنطقة المحمية .

١٠ - يتعين على السلطات الحكومية المختصة المركزية والمحلية ان تراقب حالة البيئة في المناطق السياحية الهامة وتقييم التغيرات في قيمة البيئة داخل

هذه المناطق ، ولا شك أن المعلومات التى ستننتج من هذا التقييم ستكون ذات أهمية كبيرة فى اتخاذ القرارات الاستراتيجية للسياسة .

١١ - يختلف وضع السياسات والبرامج المتصلة بقيمة البيئة والتنمية حسب أنواع المواقع الآتية :

— مواقع سبقت نميتها سياحيا وبها طاقة تسمح بتنمية جديدة فى حدود الاعتبارات البيئية .

— مواقع قابلة للتنمية كمناطق سياحية جديدة وهذه يوضع لها تخطيط ابتدائى تراعى فيه كل الاعتبارات التى تحقق التوازن بين التنمية السياحية والبيئية .

— مواقع تتطلب اجراءات علاجية وتصحيحية من وجهة نظر بيئية .

١٢ - بينما يتعين على السائحين الالتزام بقوانين الدولة التى يزورونها . فانه يجب على وزارة السياحة أن تقوم بتزويد السائحين بمعلومات عن كيفية احترام المناطق الحساسة بيئيا والحضارية .

وتنهض باختصاصها عن طريق وضع ملصقات وتوزيع نشرات فى المناطق السياحية وكذلك عن طريق ادخال السلوكيات المناسبة فى المناطق ذات الاهمية الطبيعية والحضارية ضمن البرامج المدرسية بالاتفاق مع وزارة التعليم .

١٣ - ويجب على الحكومة ان تأخذ فى اعتبارها مختلف الآراء ووجهات النظر للسكان المحليين بالنسبة الى الآثار البيئية للمشروعات السياحية سواء عن طريق المساهمة العملية فى اتخاذ القرارات أو عن طريق الاستشارة قبل اتخاذ القرار . فهذه الاجراءات من شأنها تحسين انتفاهم لدى المجتمعات المحلية واقتناعها بان المحافظة على الموارد السياحية فى المدى الطويل هو سياسة اقتصادية ناجحة على المستوى المحلى والقومى .

١٤ - أن تمويل مشروعات حماية البيئة لحماية المواطنين والسائحين هو تكليف عام ولذلك فانه يجب ان تخصص له نسبة من الدخل السياحى القومى بالإضافة الى الامكانيات المالية لصندوق التنمية والبيئة بمجلس الوزراء .

١٥ - أن الخطط المقترحة للتنمية السياحية - سواء على المستوى القومى او الاقليمى او المحلى - يجب أن تخضع لدراسات تحليل التكلفة والمنفعة ، ودراسات التحليل المالى لتحديد آثارها على المناطق المختلفة ، فضلا عن ضرورة اشتغالها على بند يتعلق بتمويل تدابير حماية البيئة .



## الباب الحادى عشر

### الخطط الخمسية لتنمية السياحة فى مصر

#### الفصل الاول

##### التصور المبنى للعلامح الرئيسيه

١٩٨٧/٨٦ - ٨٢/٨٢

##### لخطة التنمية السياحية (١)

تحتل السياحة مكانة بارزا بين عناصر التجارة الدولية ، وهى تشهو بمعدلات تفوق معظم عناصر التجارة الدولية ، وتشير الاحصاءات الدولية الى ان حجم السياحة قد ارتفع من ٢٤٠ مليون سائح عام ١٩٧٦ الى حوالى ٢٩٠ مليوناً عام ١٩٨١ ، وان الانفاق السياحى ارتفع من حوالى ٥٤ بليون دولار عام ١٩٧٦ الى حوالى ١٠٦ بلايين دولار عام ١٩٨١ .

وهذا يعنى ان متوسط الزيادة السنوية فى عدد السائحين دوليا ، يصل الى حوالى ٣.٨٪ بينما متوسط الزيادة السنوية فى الايرادات السياحية الدولية يصل الى حوالى ١٥.٢٪ .

وفى مصر وصل مجموع السائحين القادمين اليها عام ١٩٧٦ الى حوالى مليون ، ارتفع الى حوالى ١.٤ مليون بزيادة متوسطة ٨.٢٪ ، وتبلغ النسبة التى حصلت عليها مصر من السياحة الدولية عام ٨٠ حوالى ٥٠٪ ، بينما حصلت منطقة الشرق الأوسط على حوالى ٥٥ مليون سائح عام ٨٠ ، كان نصيب مصر منها ٣٠٪ فى المتوسط .

ويساهم القطاع السياحى فى الناتج القومى بنسبة تتراوح بين ٥.٥٪ تحققت عام ٧٧ وبين حوالى ٥.٢٪ كنسبة تحققت عام ٨٠ ، وهى نسبة متناقصة على اساس ارقام التحويلات المصرفية اما على اساس تقدير الايرادات السياحية بالمترب الى السوق من العملة فتصل هذه النسبة الى حوالى ٦٪ عام ١٩٨٠ ، ويرجع التناقص فى الدخل السياحى الى عوامل مختلفة اهمها الفرق الكبير فى اسعار الصرف داخل البنوك وخارجها .



## أهم العوائق التي تواجه التنمية السياحية في مصر :

- ١ - الظروف السياسية التي تسود منطقة الشرق الأوسط .
  - ٢ - ارتفاع أسعار النقل الجوي بالإضافة الى بعد المنطقة عن الأسواق المصدرة للسائحين حيث أن أكثر من ٨٠٪ من السائحين يستخدمون الخطوط المنتظمة.
  - ٣ - عدم الاهتمام بتحسين الظروف البيئية وأعمالها في كثير من الأحوال ( الصرف الصحي - التلوث - الضوضاء - التسولون - سائقو التاكسي - الجمالة ... الخ ) .
  - ٤ - عدم توفر الوعي السياحي بين الجماهير ، وبين الجهات التي تتعامل مع السائحين ( الجوازات - الجمارك - البنوك - الموانئ - شركات السياحة .. الخ ) .
  - سوء حالة المرافق العامة داخل المدن الرئيسية والمناطق السياحية ، والاعتماد على مناطق محدودة للجذب السياحي تعاني من ضغط الطلب عليها .
  - تعدد الجهات التي تسهم في خدمة السياحة وتشابكها ، وغياب التنسيق الواجب فيما بينها ( الآثار - التعمير - المحميات - الاستثمار .. الخ ) .
  - استغلال السائح في كثير من الخدمات التي تؤدي إليه سواء في النقل أو الإقامة أو أماكن الزيارة المختلفة .. الخ ، الأمر الذي يؤثر تأثيراً سيئاً على التنمية السياحية .
  - المفالة في أسعار الخدمات السياحية التي تسببت في تحويل المزيد من السياحة الداخلية باستمرار الى الخارج ، وحدت من جذب وفود السياحة الى مصر نتيجة لمنافسة أسعار بعض دول البحر المتوسط لمصر .
  - قصور أساليب التسويق السياحي المتبعة سواء في أسواق الدول المصدرة للسائحين أو في البلاد السياحية المجاورة نتيجة لقصور الاعتمادات المالية المخصصة لهذا الغرض .
- الهدف الواجب والممكن تحقيقه :**

تدرت الخطة الخمسية ٨٣/٨٢ - ٨٧/٨٦ معدلاً للنمو السياحي قدره حوالي ٦٪ سنوياً وهذا المعدل بالقطع لا يتناسب مع إمكانات مصر السياحية ، وفي تقديرنا أنه يمكن تحقيق معدل أعلى يصل الى حوالي ١٠٪ سنوياً ، كما يمكن زيادة مساهمة القطاع السياحي في الناتج القومي الى نسبة تتراوح ما بين ٨ - ١٠٪ في نهاية الخطة إذا تم الالتزام بالسياسات اللازمة لمواجهة العقبات الحالية .

## السياسات المقترحة تنفيذها :

### ( ١ ) السياسة قصيرة المدى :

- ١ - تحقيق قدر أعلى من التنسيق بين الأجهزة المركزية والمحلية .
- ٢ - الالتزام ببرامج زمنية للانتهاء من المشروعات العامة والخاصة على السواء مع العمل على حل مشاكلها .
- ٣ - مراجعة أسعار الخدمات السياحية دوريا بما يحقق الاقبال عليها وبالتالي ارتفاع عائد التشغيل مع تخفيض الأسعار خارج الموسم السياحي بالتقدير الذي يشجع السباحة الداخلية .
- ٤ - العمل على تبسيط الاجراءات الخاصة بدخول وخروج السائحين وكافة الأعمال المتعلقة بهذا المجال .
- ٥ - التوسع في الطيران العارض والعبارات .
- ٦ - وضع لائحة خاصة للعاملين بالقطاع السياحي تنفق مع طبيعة عملهم وظروف المنافسة .

### السياسة متوسطة المدى - ( الخطة الخمسية الحالية ) :

- ١ - فتح مناطق سياحية جديدة يتم تخطيطها ( البحر الأحمر - سيناء - الساحل الشمالى - المنيا - الواحات .. الخ ) مع النهوض بالمناطق التقليدية .
- ٢ - تقديم التسهيلات اللازمة لتشجيع الاستثمار الخاص ، مع قصر الاستثمار الأجنبى على المشروعات التى تدر دخلا بالعملة الأجنبية ، تحديد مناطق التنمية السياحية وتخطيطها - توفير المرافق العامة - تسهيل اجراءات منح التراخيص وتحديد جهة واحدة للتعامل مع المستثمر ... الخ .
- ٣ - تدريب واعداد القوى العاملة في المجال السياحي .
- ٤ - تطوير القطاع العام السياحي .
- ٥ - الاهتمام بالتسويق السياحي وبالذات في الاسواق المصدرة الجديدة .
- ٦ - نشر الوعى السياحي بين المواطنين وتدريب الأجهزة المتصلة بالعمل السياحي .
- ٧ - التخطيط لاطالة مدة بقاء السائح في البلاد وذلك بالاهتمام بالسباحة الترويحية وتوفير وسائل الترفيه والعلاج والرياضة والدعوة لاقامة المؤتمرات الدولية عن طريق توفير وسائل خدماتها ... الخ .
- ٨ - الاهتمام بالصناعات البيئية والتذكارات السياحية والفنون الشعبية .
- ٩ - تشجيع السياحة الداخلية للمواطنين بتوفير خدمات سياحية تناسب قدراتهم .

## الفصل الثاني

### الاطار العام للخطة الخمسية الثانية للسياحة (١)

( ٨٨/٨٧ - ١٩٩٢/٩١ )

مقدمة :

الخطة الخمسية الحالية ٨٣/٨٢ - ٨٧/٨٦ اهدافها وما تحقق منها :

تحددت اهداف الخطة الخمسية الحالية في مجال السياحة في نوعين من الاهداف :

( ا ) هدف كلى تمثل في :

- \* بذل كافة الجهود في مجالات التسويق لتحقيق التشغيل الامثل للامكانيات السياحية المتاحة والتوسع في مناطق جديدة للتنمية السياحية بهدف الوصول الى ٢٥ مليون سائح في نهاية الخطة يقضون حوالى ١٧٥ مليون ليلة بمتوسط اقامة يبلغ حوالى ٧ ليال .
- \* الوصول بالدخل السياحى الى ٢٥ مليار دولار عام ١٩٨٧ .
- \* اضافة طاقة ابوائية جديدة تقدر بحوالى ٢٩ الف غرفة خلاف طاقات النقل السياحى بوسائله المختلفة .
- \* توفير ٥٠ الف فرصة عمل في المنشآت السياحية خلاف العمالة غير المباشرة .

( ب ) هدف نوعى تمثل في :

- \* دمج الصورة السياحية السليمة لمر .
  - \* تحقيق انتعاش اقتصادى داخلى نتيجة لتبادل النقد ونتيجة لكرار الانفاق السياحى .
  - \* تحقيق تنمية سياحية متوازنة لكافة المناطق من خلال تنوع عوامل الجذب السياحى .
  - \* خلق انماط سياحية جديدة بالاضافة الى الانماط التقليدية .
  - \* تنشيط السياحة الداخلية .
- (١) من وضع وزارة السياحة .

## النتائج التي تحققت :

عدد السائحين	عدد الليالي السياحية	المقام
١٤٢٣٢٥١	٩٣٠.١٣٩٠	٨٢
١٤٩٧٩٣٢	٨٨٥٦٧٤٩	٨٣
١٥٦٠.٤٦٠	٨٥٧٢٢٠.١	٨٤
١٥١٨٤٢٦	٩٠٠.٧٠.٥٣	٨٥

من البيان السابق يتبين ان الخطة الحالية لم تحقق النتائج المستهدفة وفي الحقيقة فقد واجه تنفيذها عدد من المتغيرات حالت دون تحقيق اهدافها المذكورة اذ انه بالنسبة للسياحة الدولية فقد سجلت زيادة سنوية طفيفة في اعداد السائحين فيما بين عامي ٨٢ - ١٩٨٤ تراوحت بين ٠.٥ ٪ ، ٢.٤ ٪ وهي تقل كثيرا عن المعدلات السابقة التي تحققت في فترات اخرى بينما انخفضت الليالي السياحية بحوالي ١٢ ٪ ويرجع ذلك الى المتغيرات الاقتصادية الدولية التي اثرت في حركة السياحة الدولية اذ هبط عدد السائحين الدوليين على المستوى العالمي من ٢٩٠ مليون سائح سنة ٨١ الى ٢٧٩ مليون سائح سنة ٨٢ ثم الى ٢٨٦ مليون سائح سنة ٨٣ ثم الى حوالي ٢٩٠ مليون سائح سنة ١٩٨٤ وعلى ذلك لم تحقق السياحة الدولية معدلات النمو المتوقعة بينما زادت السياحة المحلية للمواطنين على المستوى العالمي الى اضعاف ما كانت عليه حيث فضل مواطنو كل بلد السياحة محليا نتيجة للازمات الاقتصادية .

هذا كما اثرت في حركة السياحة الدولية الى مصر حالة التوتر العسكري والسياسي بمنطقة الشرق الاوسط ، وعدم وضوح السياسات الاقتصادية بالبلاد بالاضافة الى قصور البنية الاساسية بالقاهرة والمناطق التقليدية ومناطق الجذب الجديدة على السواحل وقد ادى كل هذا الى عدم الوصول الى المعدلات المستهدفة في الخطة الحالية .

### اهداف الخطة الخمسية الثانية للسياحة ٨٨/٨٧ - ١٩٩٢/٩١ :

- هدف قطاعي يتمثل في تحسين الموقف التنافسي لمصر سياحيا .
- (ب) هدف اجتماعي يتركز في الاسهام ايجابيا في رفع مستوى معيشة المواطن وتحسين ظروف حياته .
- (ج) هدف اقتصادي يخلص في تعظيم العائد من الاستثمار السياحي وزيادة موارد الدولة من النقد الاجنبي .

وعلى المستوى القطاعي فانه من المعروف ان نصيب مصر من حركة السياحة الدولية يدور في حدود ٥ ٪ وهو ما وصل الى حوالي ٥٦٠.٠٠٠ سائح عام ١٩٨٤

بوتفيد مؤشرات الحركة السياحية الدولية ان هذه الحركة تتزايد بمعدل ٤٪ سنويا بما يعنى أن عدد السائحين الدوليين المتوقع وصولهم الى مصر في السنة الأخيرة من الخطة الخمسية الحالية (عام ١٩٨٧) سيكون في حدود ١٨ مليون سائح.

بمتوسط اقامة ٦ ليال اى أن عدد الليالى السياحية سوف تصل الى حوالى ١٠٨ مليون ليلة بزيادة ٢٠٪ عن الحقيق عام ١٩٨٥ .

— وبالنسبة لليالى السياحية خلال سنوات الخطة الخمسية الحالية فقد اتسمت بالكثير من التذبذب وسجلت ميلا مستمرا الى التناقص لم يتعد الزيادة الا بنسب طفيفة مع عام ١٩٨٥ وقد تراوح متوسط مدة الإقامة خلال هذه السنوات بين ٤ و ٧ ليلة .

— وايا ما كان الرأى فى الأسباب الكامنة وراء هاتين الظاهرتين فان الثابت هو ان مصر لم تستطع ان تستقطب من الحركة حجما يتماشى وامكانياتها السياحية كما انها لم تستطع ان تقدم لمن تمكنت من استقطابهم ما يبرر الاحتفاظ بهم لمدد أطول ، ومن ثم أصبح أول ما ينبغى الالتزام بتحقيقه — على المستوى القطاعى هو تجاوز هذين الاختناقين : **قلة اعداد السائحين وانخفاض متوسط مدة الإقامة .**

— يمثل « **تحسين الموقف التنافسى لمصر سياحيا** » الحل الامثل لتجاوز هذين الاختناقين ، وبالتالي فهو يمثل الهدف القطاعى الرئيسى للخطة الخمسية الثانية ٨٧/٨٨ — ٩١/٩٢ .

والمدخل الرئيسى فى تحديد ابعاد هذا الهدف يخص فيما يلى :

(أ) ان مصر احدى الواجهات السياحية الموجودة على خريطة انعام السياحة والتي يتحدد موقع كل وجهة عليها من واقع ما تستطيع ان توفره من منتج سياحى يلبى احتياجات الشرائح الأعرض من المستهلكين .

(ب) ان مصر — جغرافيا — تقع فى حوض البحر المتوسط حيث توجد شمالا الدولتان الاعظم سياحيا وهما ايطاليا واسبانيا ، وحيث توجد مجموعة من الدول ذات الثقل السياسى المتزايد مثل اليونان ويوغوسلافيا ، الى جانب دول جنوب غرب البحر المتوسط وهما تونس والمغرب ، والدول الجزر مثل قبرص ومالطة وكلها دول جاذبيتها الجماهيرية تتفوق كثيرا على الجاذبية الجماهيرية المتاحة حتى الآن لمصر .

(ج) ان مصر — سياسيا — احدى دول منطقة الشرق الأوسط ، وهى منطقة لها تداعيات مضادة فى اذهان الكثيرين ، وتقف سمعتها — كمناطق اضطرابات وصراعات وحروب — حجر عثرة امام احراز تقدم سياحى مؤثر وفعال .

أن موقع مصر السياحي عالمياً وأقليمياً ، وظروف المنطقة السياحية التي توجد بها تحدد لها بذاتها مجموعة العناصر التي ينبغي أن تتضمنها استراتيجيات وسياسات العمل السياحي على المستوى القومي ، وهي تتوالى على النحو التالي :  
( ١ ) ضرورة العمل على رفع مستوى الخدمات السياحية مع التركيز على النقاط التالية :

- ١ - تطوير نظم واساليب الادارة .
  - ٢ - توفير وتسهيل وموالة تدريب العنصر البشرى ، سواء كان عمالة مباشرة أو غير مباشرة .
  - ٣ - استخدام المعدات والتجهيزات الحديثة والمتطورة .
  - ٤ - تحديث وتجديد المنشآت والمرافق السياحية القائمة .
- ( ب ) اتخاذ خطوات جادة وعظيمة لتنوع المنتج السياحي المصرى - وهو أساسا ذو طابع ثقافى - عن طريق :

- ١ - استغلال مرغبات سياحية جديدة على السواحل مع التركيز على منطقتى البحر الأحمر وسيناء الجنوبية لصالح السياحة الدولية والساحل الشمالى الشرقى والغربى للسياحة المحلية ، الى جانب الاتجاه الى مناطق جديدة فى الوادى وبالذات اقليم شمال الصعيد ( المنيا - بنى سويف - الفيوم ) ومناطق ذات جذب خاص خارج الوادى مثل واحة سيوه ، الوادى الجديد ، والواحات البحرية .
  - ٢ - تطوير البرامج السياحية لاجاد حركة تنزايد تدريجيا ، وبالتوازي مع التنمية السياحية المتحققة ، للمرغبات الجديدة .
- ( ج ) ايجاد روافد لتغذية الطلب السياحي عن طريق سياسات تسويقية تحقق :
- ١ - توسيع قاعدة الطلب فى الاسواق القائمة ، ومواجهة المنافسة المتزايدة فيها .
  - ٢ - خلق طلب يتزايد مع الوقت فى اسواق جديدة مثل اليابان فى الشرق الأقصى واستراليا وبعض البلاد الأوروبية التى لا تحصل منها مصر الا على نصيب هامشية .
  - ٣ - استعادة الحركة مع بلاد أوروبا الشرقية ، خاصة وان لدى مصر الآن طاقات ابوائية متوافرة من مستويات تمشى والقطارات الانفاقية للسياح ابناء هذه البلاد .

اعادة رسم صورة الدولة السياحية بالتركيز على :  
١ - وجود مستوى خدمات مرتفع ومنافس لمستويات الخدمة فى البلاد المنافسة ، ويتمشى مع المستويات العالية .

٤. توافر مزيج جاذب مركب ( آثار + ترويج ) .

٣ - وجود برامج متنوعة متعددة البدائل والاختيارات ( سياحة ثقافية ، سياحة ترفيهية وشواطئ ، سياحة مؤتمرات ، علاجية ، رياضية ، دينية ، مغامرات ) .

على المستوى الاجتماعى فان تنمية وتنشيط السياحة ينبغي ان يؤدي الى :  
( ١ ) الترقى بالذوق العام ورفع المستوى الجمالى وزيادة كفاءة المرافق فى مناطق التنمية السياحية .

( ب ) الحفاظ على البيئة ومنع التلوث بكافة انواعه .  
اعتبار حركة السياحة الداخلية اداة لرفع المعنويات وزيادة الانتماء وتحسين الصحة النفسية والبدنية للمواطنين والمقيمين + الحد من السياحة الخارجية للمواطنين .

ج ( الاستفادة من حركة السياحة الدولية فى اكتساب اصدقاء للدولة وزيادة التعارف مع تطلعاتها وطموحاتها وتقدير جهودها فى التنمية والتطوير ، الى جانب دفع عجلة التنمية الاجتماعية والحضرية عن طريق الاحتكاك المباشر بين المدنيين والوافدين .

- على المستوى الاقتصادى فان هناك ثلاثة اهداف رئيسية تسعى الخطة لتحقيقها هي :

( ١ ) تعظيم العائد من الاستثمارات السياحية عن طريق :

١ - تحسين نسب الاشغال وتطوير اساليب تشغيل المنشآت السياحية سواء القائمة او المضافة والملاحظ فى هذا الصدد ان الطاقة الفندقية المقيمة سياحيا فى مصر حاليا يمكنها ان تستوعب حوالى ١٢ مليون ليلة سياحية فى الوقت الذى وصلت فيه هذه الليالى ٩ ملايين ليلة عام ١٩٨٥ فاذا استبعدنا منها الليالى فى غير الفنادق - مثل الشقق المفروشة - وهى تمثل نسبة مرتفعة اذا اخذنا فى الاعتبار ان حوالى ٤٠ ٪ من اجمالى حركة السياحة لمصر من السياحة العربية التى تبلغ نسبة لياليها حوالى ٤٦ ٪ من اجمالى الليالى معظمها فى غير الفنادق ، مما يعنى ان لدينا ناقدا هائلا فى طاقات المبيت الفندقية .

٢ - ايجاد منافذ اخرى للاتفاق وبالذات فى العملات العامة مختلفة الطابع والمستوى بدلا من الاصرار على التركيز على المنشآت الفندقية .

٣ - النهوض بمستوى الصناعات التذكارية السياحية .

- ٤ - تبنى سياسات تسفيرية تأخذ في الاعتبار تحقيق عائد مجز للاستثمارات وتنفى بمواجهة الأعباء المتزايدة على المنشآت السياحية ، دون أن تؤدي الى إضعاف موقف مصر التنافسي وبما يراعى صالح المستهلك .
- ٥ - التخفيف على المستثمر وإزالة ما يواجهه من عقوبات وصعوبات .

( ب ) زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي عن طريق تطبيق سياسات نقدية تسمح بأن تنصب العائدات السياحية في القنوات الشرعية .

( ج ) اقرار سياسة محددة المعالم النوعية ومستوى المنشآت السياحية التي تحقق الهدف القطاعي العامة باستغلال مرغبات جديدة وإيجاد روافد مفذية للطلاب السياحي بما يؤمن نسب اشغال مجزية ، على أن يرتبط ذلك بتحقيق نمو متزايد في انتاجية الصناعات المعلقة المفذية للتنمية السياحية وينوازي معها

( د ) أن هناك ضرورة لتحديد هدف كمي تسعى الخطة لتحقيقه ويعتبر مقياسا لتحقيق الأهداف القطاعية والاجتماعية والاقتصادية المحددة ، وأداة للحكم على نجاح السياسات المرسومة .

تبلور الهدف الكمي الذي تسعى الخطة الخمسية الثانية ٨٧/٨٨ - ١٩٩٢/٩١ الى تحقيقه كما يلي : -

- رفع نصيب مصر من حركة السياحة الدولية من ٥٥ ٪ الى ما بين ٦٠ ٪ و ٧٠ ٪ وهو ما يعادل ٢٥ ٪ من نصيبها من حركة السياحة الدولية المتوقعة الى منطقة الشرق الأوسط والتي تقدر حاليا بحوالي ٢٥ ٪ من السياحة الدولية وبذا يكون تقدير نصيب مصر مع نهاية سنوات الخطة حوالي ٢٥ مليون سائح وهذا الرقم يتمشى الى حد كبير مع الدراسات المختلفة التي اعدتها بيوت الخبرة التالية :
- دراسة البنك الدولي ( مشروع التنمية انسياحية للاقصر ) ٢٤ مليون سنة ١٩٩٠
- دراسة بيت الخبرة ( ايلكو ) ٢١ مليون سنة ١٩٩٠
- دراسة بيت الخبرة الألماني شتانبيرجو ٢٥ مليون سنة ١٩٩٠
- دراسة بيت الخبرة تورزم بلان / المركز الدولي للإدارة ( مشروع التنمية السياحية للاقصر ) ٢٥ مليون سنة ١٩٩٠ .

الوصول بمتوسط مدة اقامة السائح الى ٧ ليال ( حاليا ٨ ليال ) وبذا يقدر المستهدف من عدد الليالي السياحية مع نهاية سنوات الخطة الخمسية الثانية ٨٨/١٩٩٢ الى ١٧٥٠٠ مليون .

— بالنظر الى عدد الغرف الفندقية المتاحة مع نهاية الخطة الخمسية الحالية نجد انها تقدر بحوالي ٤٠ الف غرفة على اساس أن القائم فعلا يقدر بحوالي ٢٩ ألف



غرفة موزعة بين القطاعين العام والخاص كما هو مبين في جدول ( ١ ) يضاف إليها حوالي ١١ ألف غرفة تحت الإنشاء وينتظر افتتاحه خلال سنوات الخطة الحالية وبداية الخطة القادمة على النحو المبين في جدول ( ٢ ) .

وعلى أساس عدد الليالي السياحية المستهدف يصبح عدد الغرف اللازمة مع نهاية سنوات الخطة الخمسية الثانية ١٩٩٢/٨٨ هو حوالي ٥٠ ألف غرفة وذلك دون استبعاد ٥٠ ٪ من الليالي السياحية للعرب المقتضاة في وسائل الإقامة غير الفندقية .

#### جدول ( ١ ) بيان اجمالي الطاقة الفندقية

موزعة بين القطاعين العام والخاص حتى عام ١٩٨٥

النسبة	غرف	
٢٥ ٪	٧٢٤٥	فنادق قطاع عام
٧٥ ٪	٢١٧٥٥	فنادق قطاع خاص
١٠٠ ٪	٢٩٠٠٠	اجمالي

#### جدول ( ٢ ) بيان اجمالي الطاقة الفندقية

تحت الإنشاء خلال السنوات حتى نهاية الخطة الحالية

السنوات / القطاع	قطاع عام	قطاع خاص	الاجمالي
٨٥/٨٦	٦٨٢ غرفة	٣٦٢٤ غرفة	٤٣٠٦
٨٦/٨٧	—	٤١٧٦ غرفة	٤١٧٦
٨٧ خلال عام	٤٦٧ غرفة	٢٠٧٦ غرفة	٢٥٤٣
الاجمالي	١١٤٩ غرفة	٦٨٧٦	١١٠٢٥

فإذا كانت نسبة السائحين العرب تقدر بحوالي ٤٠ ٪ من اجمالي عدد السائحين الواصلين الى مصر ، وحيث ان حوالي ٢٠ ٪ منهم يقيمون في فنادق ٤ ، ٥ نجوم ، ٣٠ ٪ منهم يقيمون في فنادق ٣ نجوم فأقل أما الجزء الباقي وهو ما يعادل حوالي ٥٠ ٪ فيقيم في وسائل الإقامة غير الفندقية وهم عملاء تقليديون لمنطق السياحة التقليدية في القاهرة والاسكندرية نصبح أمام الحقائق العديدة التالية :

✳ عدد الليالي السياحية للعرب المقيمين في فنادق ٣٥٠٠٠٠ ليلة .

عدد الليالى السياحية للعرب غير المقيمين في فنادق ٣٥٠٠.٠٠٠ ليلة .

وباستبعاد الليالى السياحية للعرب غير المقيمين في فنادق يصبح صافي عدد الليالى السياحية ١٧٥٠٠.٠٠٠ - ٣٥٠٠.٠٠٠ = ١٤ مليون ليلة .

— وعلى هذا الأساس يصبح صافي عدد الغرف الفندقية المطلوبة للسياحة الدولية جوالى ٣٨ الف غرفة حتى نهاية سنوات الخطة ( ١٩٩٢/٩١ )  
وجيث أن عدد الغرف الفندقية المتوقع أن تتاح مع نهاية سنوات الخطة الحالية ٨٧/٨٢ وبدء الخطة الجديدة ١٩٩٢/٨٨ هو ٤٠ الف غرفة فيصبح من المتوقع وجود فائض في العرض الفندقى يقدر بحوالى الفى غرفة دون اخذ السياحة المحلية للمواطنين في الاعتبار وسوف يأتى ذكرها فيما بعد  
— وباستقراء الدراسات السابقة عن الطاقة الايوائية الفندقية موزعة على مناطق الجمهورية المختلفة وفقا للدرجات المختلفة للفنادق تبين الآتى :-

المناطق السياحية التقليدية بالقاهرة والاسكندرية والاقصر وصلت الى حد التشبع مع وجود فائض في الطاقة المروضة يفوق الطلب المتوقع مع نهاية سنوات الخطة . وعلى سبيل المثال ، لا الحصر فان الطاقة الفندقية في مدينة الاقصر ثبت وجود فائض بها يقدر بحوالى ٧٠٠ غرفة ويؤكد ذلك الدراسة التى اعدتها بيت الخبرة المصرى توريزم بلان / المركز الدولى للإدارة عن الفنادق في مصر حيث يتوقع وجود فائض في الطاقة الفندقية بالاقصر عام ٨٧ حوالى ٧٠٠ غرفة .

وعلى الرغم من تناقص هذا الفائض في الاعوام التالية الا انه في نهاية سنوات الخطة الثانية ( ٨٧ / ٨٨ - ٩١ / ١٩٩٢ ) ليس من المتوقع حدوث توازن بين العروض والمطلوب من الطاقة الفندقية حتى تجاوز الطلب عن العروض وينطبق هذا على باقى المناطق التقليدية المشار اليها وهو ما تؤكد الدراسة المذكورة .

— اما بالنسبة للمناطق السياحية الجديدة في البحر الاحمر وجنوب سيناء فقد اتجه الراى الى تخصيصها كمناطق جذب يمكن استغلالها أساسا للسياحة الدولية يضاف اليهما منطقتا الوادى الجديد والمنيا على أن يخصص الساحل الشمالى الغربى وساحل سيناء الشمالية لاستقبال السياحة المحلية ( اكثر منها للسياحة الدولية ) .

وتخصص مناطق اخرى محددة في برنامج التعمير السياحى كمصايف اضافية للسياحة المحلية فضلا عن منطقة الوادى الجديد التى يقترح استغلالها للسياحة الدولية والداخلية .

— وقد تم حساب الطاقة الايوائية للسياحة الدولية بالمناطق السياحية الجديدة على ساحل البحر الاحمر وجنوب سيناء على النحو التالى :

\* الطاقة المتاحة في هذه المناطق عام ١٩٨٥ هي ١٥٠٠ غرفة تقريباً

\* اجمالي عدد الليالي السياحية المرتقبة لغير العرب = ١٧٥٠٠.٠٠٠ -  
٧٥٠٠.٠٠٠ = ١٠٠٠٠.٠٠٠

\* عدد الليالي السياحية المتوقعة للاجانب عام ١٩٩٢ بواقع ليلة واحدة من مدة الإقامة العادية أى تكون مدة الإقامة بهذه المناطق ٨ ليال لكل سائح غير عربى في هذه المناطق أى بما يعادل ١٢٥ ٪ من اجمالي عدد الليالي السياحية المرتقبة لغير العرب أى حوالى ٢٢٠٠.٠٠٠ ليلة .

\* عدد الليالي السياحية المتوقعة للمصريين بالبحر وجنوب سيناء حتى عام ١٩٩٢ = ٣٠٠.٠٠٠ سائح x ٣ ليال = ٩٠٠.٠٠٠ ليلة

\* اجمالي عدد الليالي السياحية المتوقعة في هذه المناطق = ٢٢٠٠.٠٠٠ + ٩٠٠.٠٠٠ = ٣١٠٠.٠٠٠ ليلة .

\* عدد الغرف المطلوبة لتغطية هذه الليالي = ١٤٠٠٠ غرفة تقريباً

\* عدد الغرف المطلوبة في هذه المناطق مع نهاية سنوات الخطة الثانية ( ١٩٩٢ / ٨٨ ) = ١٤٠٠٠ - ١٥٠٠ = ١٢٥٠٠ غرفة .

— يقترح توزيع هذه الطاقات حتى نهاية سنوات الخطة الثانية على النحو التالي :

م . البحر الاحمر ٩٠٠٠

م . جنوب سيناء ٣٥٠٠

الاجمالى ١٢٥٠٠

— يقترح توزيع هذه الطاقات على سنوات الخطة على النحو التالي :

السنة / المنطقة	م . البحر الاحمر	م . جنوب سيناء	اجمالى
١٩٨٨	٢٥٠٠	١٢٠٠	٣٧٠٠
١٩٨٩	٢٠٠٠	٨٠٠	٢٨٠٠
١٩٩٠	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
١٩٩١	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
١٩٩٢	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
الاجمالى	٩٠٠٠	٣٥٠٠	١٢٥٠٠

وقد تم تقدير متوسط انفاق السائح اليومي على الوجه التالي :

بالدولار الأمريكي

٣٠	اقسامة
٣٠	طعام وشرايب
٢٠	تنقلات داخلية
١٥	مشتريات
٥	مزارات
١٠٠	اجمالي

وعلى اساس هذا التقدير من المتوقع أن يصل حجم الايرادات السياحية في نهاية سنوات الخطة الى ١٧٥٠٠٠.٠٠٠ ليرة مصرية في ١٠٠ دولار امريكي لليلة الواحدة أى ما يصل الى ١٧٥٠ مليون دولار .

واخذا بالمعيار الدولي بالنسبة للعمالة الفندقية وهو (١) عامل لكل غرفة كمعالة مباشرة فان العمالة المطلوبة حتى نهاية ١٩٩٢ هي ٩٠٠٠ فرصة عمل مباشرة يضاف اليها ٢٧٠٠٠ فرصة عمل غير مباشرة ويمكن اخذ ذلك في الاعتبار عند النظر في انشاء مراكز تدريب بمنطقة القناة تغطي احتياجات الخطة من العمالة المدربة في المناطق الجديدة .

وبالنسبة لطاقة النقل السياحي البرى والذي يقدر على عام ١٩٨٥ بحوالى ٥٠٠.٠٠٠ مقعد / راكب أى أن معدل شغل القاعد هو ٣١٢ راكب / مقعد . وعلى هذا الاساس يصبح المستهدف لمقابلة عدد السائحين المتوقع عام ١٩٩٢ هو ٨٠٠.٠٠٠ مقعد أى أن المطلوب اضافته لمواجهة الزيادة المتوقعة في نهاية سنوات الخطة هو ٣٠٠.٠٠٠ مقعد اضافى أى ما يعادل حوالى ٣٧٥٪ من الطاقة الحالية للنقل السياحي .

#### برنامج الخطة الخمسية الثانية :

##### أولاً - برنامج تنشيط السياحة الداخلية :

تقسم أنشطة السياحة الداخلية وفقا للمدة المقضاه الى ثلاثة اقسام هي :

قضاء الاجازات ، قضاء يوم واحد وقضاء عطلة نهاية الاسبوع .

وفي هذا الشأن اشارت دراسة بيت الخبرة ايلاكو الى ان حجم السياحة

الداخلية يقدر بواقع ١٠ ٪ من عدد السكان بمعنى انها تبلغ حوالى ٥ ملايين سائح أى ضعف حجم السياحة التقديرية الى مصر وهذا الرقم يمثل الحد الأدنى لما يجب ان تكون عليه السياحة المحلية بمصر حيث ان المعدل العالمى للسياحة المحلية يصل جاليا الى حوالى ثمانية اضعاف السياحة الدولية .

٢٨) وتستوعب المناطق الحالية ( الاسكندرية - واس البرت - جيزة - بلطيم - مرسى مطروح ) من العدد البالغ ٥ ملايين حوالى النصف ، والنصف الآخر يمكن ان تستوعبهم المناطق الجديدة على البحرين الأبيض والأحمر وخليجي العقبة والبوس .

— اعداد الشواطئ المصرية لاستقبال السياحة المحلية واقامة المنشآت الفندقية اللازمة بأسعار مناسبة تلائم قدرات المواطنين .

— تنشيط برنامج « اعراف بلادك » .

تكثيف الجهود التنشيطية والإعلامية لاستقطاب الأعداد المستهدفة جذبها ممن يقضون أجازاتهم بالخارج .

— محاولة التظلم على طابع الموسمية والتركيز المكاني اللذين يميزان السياحة الداخلية بمصر من خلال تقديم حوافز لقضاء الأجازات في الفترات غير الموسمية وفي مناطق التنمية الجديدة .

— محاولة التغلب على عوامل الطرد في المناطق السياحية عامة وفي المنشآت الفندقية وغير الفندقية خاصة ( الأسعار : سوء الخدمة النج ) .

— حيث الشركات على التركيز على تنظيم برنامج للسياحة الداخلية بأسعار منافسة .

— مراقبة التزام الشركات بنسبة الـ ٢٠٪ من عملاتها المسافرين الى الخارج للسحابة ومن المواطنين .

**ثانياً - برنامج المراكز الترويجية :**

نظرا لما لوحظ من نقص الترويج في معظم المناطق السياحية وعلى الأخص مناطق التنمية السياحية الجديدة فإننا نقترح أن تتضمن خطة التنمية السياحية الثانية ٨٨/٨٧ - ١٩٩٢/٩١ برنامجا للمراكز الترويحية يغطي المناطق الساحلية المختلفة سواء على البحر الأحمر أو البحر المتوسط أو خليج العقبة والسويس أو المدن الجديدة بالإضافة إلى المناطق التقليدية الحالية .

ثالثاً - برنامج تطوير المناطق السياحية ( مناطق التنمية السياحية الجديدة ) :

ويختتم هذا البرنامج اهداف الخطة فيما يتعلق بالاعداد المستهدفة من السياحة الدولية والاعداد المستهدفة للسياحة الداخلية ويتضمن هذا البرنامج :

أولاً - تنمية خمس مناطق سياحية حسب الأولويات التالية :

١ - مواقع محددة على ساحل البحر الأحمر .

٢ - مواقع محددة في جنوب سيناء .

٣ - مواقع محددة على الساحل الشمالي الغربي :

٤ - مواقع محددة في شمال سيناء .

٥ - مواقع أخرى .

ويرمى هذا البرنامج الى تنمية مواقع محددة في المناطق السياحية التي تخدم السياحة الدولية وتلك التي تخدم السياحة المحلية وتلك التي تخدم النوعين معا .

— مواقع محددة على ساحل البحر الاحمر .

المنطقة بين مجاويش وشراتون الفردقة - منطقة سهل حشيش وخليج

ابو المخادج - المنطقة شمال وجنوب سفاجا .

**مواقع محددة في سيناء الجنوبية :**

— عيون موسى ( سياحة دينية وسياحة شواطئ ) وتقع جنوب الشط مباشرة عند مدخل وادي رينا وتطل على منظر جميل عبر خليج السويس حتى جبل عتاقة وهي على مسافة ٣٠ كم من السويس في مواجهة النقط الحصينة في خط بارليف وتحتاج الى منشآت اقامة خفيفة ( شاليهات ، موتيلات ) .

— حمام سيدنا موسى شمال شرقي الطور على مسافة ٤ كم ( سياحة علاجية ) وهو عبارة عن نبع كبريتي ينبع من جبل موسى .

— واحه فيران وتزخر بأشجار النخيل ويمكن تحويلها الى مركز سياحي للعبيرين ( منشآت اقامة خفيفة ) .

— حمام فرعون على مسافة ٢٢ كم شمال ابو زنيمة ٩٠ كم من السويس وهو نبع كبريتي نفاذ ينساب من الجبل الى شاطئ البحر في شكل جذاب ويصلح للسياحة العلاجية ويقترح اقامة مصحة علاجية بهذا الموقع .

— محمية رأس محمد ( سياحية ترويحية وسياحية رياضية ) .

في أقصى الطرف الجنوبي لشبه جزيرة سيناء وبها شسعب مرجانية نادرة على مقربة منها خليج العقبة ذو الشيطان الجذابة والمياه الدافئة .

— وبلاط أن المطارات القائمة في سيناء وهي خمسة مطارات في رأس النقب على بعد ٢٤ كم شمال غرب ايلات / رأس نصراني على ساحل خليج العقبة جنوب شرقي سيناء في مواجهة جزيرة تيران بمدخل خليج العقبة / مطار سانت كاترين في منتصف الجزء الجنوبي من سيناء / مطار الجورة وهو مطار داخلي قرب ساحل شمال سيناء على البحر الأبيض شرقي بورسعيد بحوالي ١٥٠ كم ويعد عن العريش حوالي ٨ كم هذه المطارات في حاجة الى تطوير لربط سيناء ببقية مناطق مصر وباهم العواصم العالمية .

تقدّر وتبلغ الطاقة الفندقية في جنوب سيناء حوالي ٢٨٥ غرفة وتحتاج في خلال سنوات الخطة الخمسية الثامنة ٨٨/٨٧ - ١٩٩٢/٩١ الى اضافة ما بين ١٢٠٠ الى ١٥٠٠ غرفة فندقية موزعة على مناطق رأس مسلة ، رأس سدر ، رأس مطارمة ، مدينة الطور ، شرم الشيخ ، المنطقة خلف مدرسة البيئة ، شاطئ شمة ، رأس نصراتي ، الفضيلة ، نويبع ، وانسط . بالاضافة الى المناطق السابق ذكرها .

### ( ج ) مواقع متعددة على الساحل الشمالي الغربي :

( ١ ) المنطقة بين الكيلو ٢٤ - ١٠٠ مخصصة معظمها لجمعيات بالاضافة الى قرية مراقيا .

— المنطقة بين الكيلو ١٠١ والكيلو ٢٦٨ ونخص بالذكر المواقع التالية :

— م . سيدى عبد الرحمن .

— م . رأس الحكمة .

— م . باجوش / حولة .

— مناطق القصر ، الأبيض ، عجبية .

وتحتاج تنمية هذه المواقع تنمية شاملة الى طاقة تقدر بحوالى ١٥ ألف غرفة ( مخيمات وكرفانات + قرى سياحية ) اذا ما توافرت لها البنية الأساسية .

### مواقع متعددة على الساحل الشمالي لسيناء ( شاطئ العريش )

— الساحل الشمالي حول العريش بطول حوالى ١٢ كم على الشاطئ شرقى مدينة

العريش بمق ٥٠٠ متر جنوب الطريق من موقع فندق أوبروى العريش الى

موقع شاليهات جهاز التعمير ( جارى تخطيط هذه المواقع بواسطة المكتب العربى

للتصميمات والاستشارات الهندسية ) ويصلح للسياحة الترويحية للمواطنين

مع توفير طاقات ابوابية في حدود ٢٠٠ غرفة اذا ما توافرت خدمات البنية

الاساسية .

موقع قرب بحيرة البردويل منطقة الزرائق على بعد ٣٠ كم غربى العريش حيث

الطيور المهاجرة ويصلح لاقامة محمية طيور وتصلح للسياحة الترويحية

( سياحة دولية ) حالة توفير منشآت اقامة خفيفة ومرافق ذاتية ( مولد ، محطة

تحلية ، مياه ، صرف صحى ) .

### مواقع اخرى :

رشيد وادكو ، الاسماعيلية والسويس ، المنطقة الجديدة في رأس البر وجمصة

وتقدر الطاقات الابوائية اللازمة لها حتى نهاية سنوات الخطة بحوالى ٣.٠٠٠ غرفة مع توفير خدمات البنية الاساسية .

### **برنامج المراسى النيلية :**

ويهدف هذا البرنامج الى النهوض بالسياحة النيلية سواء للاجانب او للمواطنين وذلك من خلال توفير مراسى نيلية تخدم الفنادق العائمة فى المناطق السياحية التالية : بنى سويف ، المنيا ، ملوى ، اسيوط ، سوهاج ، قنا وتندرة ، الاقصر ، كومامبو ، اسوان .

### **برنامج الدراسات والبحوث السياحية :**

ويهدف هذا البرنامج الى حصر كافة الدراسات السياحية التى تمت للمناطق السياحية المختلفة فى مصر بغرض الوصول الى امكانية الاستفادة من توصياتها وتحديث بياناتها واعداد خطط تفصيلية للمواقع السياحية الرئيسية وتوفير كافة البيانات عن الاحصاءات السياحية الدولية والاقليمية والمحلية وبيانات عن كافة المرافق التى تخدم المشروعات السياحية هذا فضلا عن وضع المعايير التخطيطية والانشائية فى المناطق السياحية وتقييم الموارد السياحية .

### **سادسا - برنامج التدريب الفنى والمهنى :**

ويتضمن انشاء مراكز اقليمية للتدريب الفنى والمهنى لفخريجي الجامعات والمعاهد الفنية المتوسطة بغرض تدريبهم وفقا للاقاليم التى ينتهون اليها حتى يمكن خدمة البيئة المحلية .

### **سابعا - برنامج التنشيط السياحى :**

وينصب على تنشيط السياحة الدولية والسياحة الداخلية من خلال الجهود والوسائل التالية :

#### **( ١ ) اطار التنشيط الخارجى ويشمل :**

اعداد وتنفيذ برامج التنشيط والاعلام الخارجى باستخدام وسائل الاعلان والاعلام المباشر وغير المباشر لتحقيق :-

— تبني صورة مصر فى الاسواق السياحية الدولية مع ابراز الجوانب التقليدية والجديدة فى المنتج السياحى المصرى ، مع التركيز بصفة خاصة على اجتذاب السياحة الترويجية وسياحة الحوافز بالاضافة الى استمرار جذب السياحة الثقافية .



- جذب الطلب السياحي بما يكفل زيادة حجم الحركة الوافدة .
- الاعلام والتسويق لمرکز المؤتمرات المقرر تشغيلها خلال سنوات الخطة ، مع الاهتمام باعداد التنظيم والطاقة البشرية اللازمة لتشغيل هذه المراكز .
- الاعلام عن فرص وامكانيات وتسهيلات الاستثمار السياحي في مصر . ويتضمن تنفيذ البرامج المذكورة : —
- ١ — استخدام كافة وسائل الدعاية والاعلان والعلاقات العامة المتطورة والمستخدمة عالميا وذلك لتحقيق الاهداف المشار اليها .
- ٢ — تنفيذ اربع حملات دعائية وعلاقات عامة يتم تنفيذها بالتعاون مع شركات عالمية متخصصة في الدعاية والعلاقات العامة ، وتتركز كل حملة سنويا في كل من السوق الامريكي والاوروبي وجنوب شرق اسيا .
- ٣ — اعادة فتح مكاتب للهيئة في الاسواق الهامة التي سبق وان كان للسياحة المصرية مجال فيها ، وخاصة المنطقة العربية والمنطقة الاسكندنافية والمانيا والمناطق الاخرى التي تعتبر اسواقا هامة بالنسبة لحركة السياحة الدولية .

### ٢٠ التنشيط الداخلي : ويشمل :

- ١ — تطوير المكاتب السياحية الداخلية بشكل يساعدها على تحقيق هذه الاهداف ( ماديا وبشريا ) مع انشاء مكاتب في المحافظات والمناطق الجديدة التي تحتاج الى ذلك .
- ٢ — توسيع اطار وتنشيط برامج السياحة الداخلية ( مثل اعرف بلدك ) .
- ٣ — خلق وتنظيم المناسبات الدولية والقومية محليا بما يساعد على اثارة النشاط السياحي وازغاء الحيوية على اقامة السائحين وتحقيق مشاركتهم الايجابية في الانشطة المحلية بما يشجع على اطالة مدد اقامتهم ويضمن تحقيق انطباعات عند زيارتهم لمصر .
- ٤ — اقاء الضوء على المهرقات والمشاكل التي تواجه السائحين والعمل على ازالتها بما يكفل راحتهم وتمتعهم بدءا من قدومهم حتى مغادرتهم .
- ٥ — اعداد برامج لرفع الوعي السياحي الداخلي على مستوى الاجهزة العاملة المتصلة بالسياحة بصورة مباشرة او غير مباشرة عن طريق تنظيم دورات تدريبية وحلقات دراسية ومحاضرات للعاملين في تلك الجهات .

٦ - محاولة التغلب على طابع الموسمية والتركيز المكاني اللذين يميزان السياحة الداخلية في مصر من خلال تقديم حوافز لقضاء الإجازات في الفترات غير الموسمية ، وفي مناطق التنمية الجديدة ، وتوفير الدعاية اللازمة والمبسطة منها من خلال المشاركة الإيجابية مع كافة أجهزة الإعلام المصرية وأجهزة التربية والتعليم ، والتعليم العالي .

تكثيف الجهود التنشيطية والإعلامية لاستقطاب الأعداد المستهدفة لجلبها من المواطنين المعن يقضون إجازاتهم بالخارج .

ولخدمة الأنشطة المختلفة في الأطاريح السابقين ، ستقوم الهيئة : -

١ - بإعداد دراسات عن الأسواق السياحية وبحوث لتقييم فاعلية الأنشطة المنفذة لتعديلها أو تطويرها وفقا لنتائج تلك الدراسات .

٢ - بإعداد وإنتاج مواد الدعاية والإعلام اللازمة بمخاطبة الأسواق السياحية عن طريق قنوات التوزيع المختلفة بهدف نقل الرسالة الإعلامية للسياحة المصرية على المستوى الخارجى والداخلى ، وتشمل تلك المواد كافة وسائل الدعاية والإعلام من صور ومقالات وأفلام ونشرات وملصقات وتذكارات سياحية وغيرها ، على أن تكون مناسبة كما وكيفا لمواجهة احتياجات الأسواق والمنافسة الحادة القائمة في السوق السياحي العالمى .

#### (د) الاعتمادات المالية :

يقتضى تنفيذ الأنشطة توفير الاعتمادات المالية الكافية من المصادر التالية : -

١ - الاعتمادات المخصصة من الدولة .

٢ - ما يخص من صندوق تنمية المناطق السياحية .

٣ - ما يخص من صندوق اتحاد الغرف السياحية .

— تحسين حالة الطرق والوصلات ( التفرعات ) المؤدية الى مواقع سياحية.

— حماية البيئة البرية والجوية والمائية في المناطق السياحية الصادر بها قرارات وزارية .

كما يتضمن البرنامج مشروعات تمويل من موازنات وزارة السياحة حسبما هو وارد في برنامج التكاليف الاستثمارية .

#### كاسعا - برنامج التسهيلات السياحية :

١ - تشغيل جميع النوافذ الخاصة بالجوازات والرسوم بصالات الوصول في المطارات والموانئ والاهتمام بزيادة عددها مستقبلا ( الجوازات والجمارك ) .

٢ - زيادة الالاقات الارشادية فى المطارات والموانى باللفات المختلفة مع زيادة عدد العاملين المدربين فى مكاتب الاستعلامات ( هيئة ميناء القاهرة - وزارة السياحة ) .

٣ - توحيد نظم المعاملة بالنسبة لجمع سفن الركاب فى الاسكندرية والسويس وبور سعيد والالتزام بالدور للرسو وحظر استخدام ارصعة الركاب لتفريغ او شحن مراكب البضاعة .

٤ - توحيد مكاتب البنوك والاعلان عن اسعار العملات الاجنبية بالمناطق المختلفة ( البنك المركزى ) .

٥ - اعادة النظر من قبل وزارة النقل والمواصلات والنقل البحرى فى الرسوم التى تطلب من البواخر السياحية والعبارات فى الموانى المصرية .

٦ - توفير تليفونات مباشرة مع الفنادق فى نهاية صالات الوصول باهم المطارات ( وزارة النقل والمواصلات ) .

٧ - مد خط مترو مصر الجديدة الى المطار لتوفير وسيلة انتقال فردية اقتصادية وسريعة لخدمة المسافرين والعاملين باجهزة المطار والمواطنين ( وزارة الاسكان والمرافق ) .

٨ - تشجيع شركات القطاع العام والخاص على تشغيل خطوط ليموزين وميكروباص من مطار القاهرة الى وسط المدينة ( مصر للسياحة وشركات النقل السياحى بالقطاع الخاص ) .





القسم  
الثالث

□ الإطار  
التفصيلي  
للتخطيط  
السياحي  
وتطبيقاته  
في مصر



## الباب الثاني عشر

### الأهداف العامة للتخطيط السياحي

يعرف علماء وخبراء السياحة وباحثوها من مختلف تجارب الدول المختلفة في تخطيط التنمية السياحية أن الاعتماد على الجانب الاقتصادي وحده لا يكفي بل وقد يؤدي في بعض الأحيان إلى أحداث أضرار كبيرة تؤدي إلى فشل التخطيط . ولذلك يجب الاعتراف بأن تعقد وتشابك العلاقات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات الحديثة واصطراع القطاعات الإنتاجية والخدمية في قائمة الأولويات في كثير من الدول وبوجه خاص النامية ، يؤدي بنا إلى ضرورة الاعتراف بثلاثة أهداف هامة على الأقل سبق لنا سردها وهي إرضاء المستهلكين وإثابة المالكين والاستخدام المتأنى المعامل للموارد البيئية المانع من تدهورها .

فالسياحة تبدأ برغبات المسافرين والسائحين في السفر والسياحة وتنتهي بأشباع هذه الرغبات وبالتالي رضاؤهم عن رحلاتهم . ويقدر ما يستمر إشباع هذه الرغبات لدى السائحين وزائري دولة أو منطقة معينة بقدر ما يطول العمر السياحي لهذه الدولة أو هذه المنطقة . ولكن يجب الاعتراف بأن الخصائص المعقدة والمتشعبة لظاهرة السياحة الحديثة تؤدي في كثير من الأحيان إلى تخفيض مستوى إشباع رغبات السائحين عن الحد اللازم لارضائهم .

فالأعداد الكبيرة لسائحي المجموعات ( وهي في ذاتها كثيرا ما تعتبر معيارا أو مقياسا للنجاح السياحي في دولة ما ) لا يترجم بالضرورة إلى إشباع الرغبات ورضاء السائحين . وبمعنى أكثر تحديدا ، كثيرا ما نجد تضارفا بين الكم والكيف في السياحة أو بين الأعداد الكبيرة للقطر الذهبية طبقا لتسمية لوس تيرز - وجون آتش (١) وبين رضاؤهم ومستوى الخدمات التي تقدم إليهم ، بل بينهم وبين حجم الدخل السياحي للدولة أو المنطقة السياحية وبوجه خاص القيمة الصافية للسياحة .

إن السياحة هي أولا وأخيرا مرآة للمجتمع بإيجابياته وسلبياته ويقدر ما تنفق الإيجابيات مع رغبات وتوقعات السائحين من مختلف الجنسيات والأذواق وبدوافع

(١) لوس تيرز وجون آتش ، القطران الذهبية طبعه لندن ١٩٧٥ .

متبينة بقدر ما يكون رضاء السائحين لاشباع رغباتهم . فكثيرا ما تكون الخدمات والتسهيلات السياحية في دولة ما او منطقة معينة مقبولة اذا ما قيم كل منها على انفراد ولكل تختلف الصورة تماما اذا قيما كامل التجربة للسائح بزيارة تلك الدولة او المنطقة لان السائح قد يجد انه ضيع سدى وقته ونفقاته وجهده في سبيل محاولة الخروج بقيمة محددة لزيارته او رحلته السياحية ككل . فكثيرا ما تصادف السائحين صعوبات في التعرف على طريقهم للزيارات وبخاصة اذا كانت خارج البرنامج المنظم ، او في البحث عن الخدمات الملائمة لهم او فهم المعالم التاريخية وعناصر الجذب السياحية الاخرى اذا لم يكن ذلك محددا بالوسائل السمعية والبصرية الحديثة .

وفضلا عن ذلك كله فان كثيرا من المستثمرين في المشروعات السياحية لا يبدلون جهدا ضروريا في فهم ميكانيكية السوق السياحي بما يتضمنه من مكونات صناعة السياحة كالاقامة واجهزة الاستقبال وخدمات الطعام والشراب وخدمات المرشدين السياحيين والانضباط اللازم في خدمات الطيران ووسائل النقل السياحية الاخرى .

وحول ذلك المعنى جاء بالدراسة السياحية الامريكية (١) ما يلي :-

« ان السائح الهاوى يحتاج للمساعدة ويحتاج للثقة بان العالم الغرب الذى يزوره نتيجة قدرته المادية يقبله بالترحاب وان هناك مستويات مختلفة للاسعار والخدمات والتسهيلات يستطيع الاعتماد عليها . وكذلك يحتاج للتأكد من انه اذا تبين ان الامور ليست كما كان يتوقع ، فان له مجالا بلجا اليه للحصول على حقه »

ولذلك فان التخطيط يجب الا يهدف فقط الى ازالة كل العوائق السابقة بل يجب ان يعمل على تهيئة المناخ الايجابى الملائم للتنمية السياحية ككل بحيث يكون تخصيص الاراضى للمشروعات السياحية وحصول المستثمرين عليها باسعار مناسبة وفي وقت قصير دون اجراءات بيروقراطية تنفرهم ، وتصميم المشروعات السياحية وتنفيذها وادارتها بشكل بهيئ المجال لتحقيق رضاء المستهلكين . **فالتخطيط ليس حلا لمشاكل المستهلكين بل مانعا عن نشوء مشاكل المستهلكين .**

وبهنا هنا ان ننبه الى ان تفادى هذه المشكلات يوجب ان يتم التخطيط بشكل يتلاءم مع توقعات ورغبات ودوافع وعادات المستهلكين ليس كما يتصور المخططون ذلك ، ولكن بناء على دراسة ميدانية للسوق السياحي المصدر لامكان وضع اولويات للتصميم تصبح جزءا من سياسة سياحية ثابتة ولكن متطورة طبقا لتطور الاحداث ، اى ان هذه السياسة السياحية تحتاج الى تحديث دورى .

**والهدف الثانى من اهداف التخطيط السياحي هو اثابة المستثمرين او المالكين .**

ان تخلف الحوار البناء بين الاجهزة الحكومية وبين القطاع الخاص لا يسمح



المستثمرين بحرية كافية لإنهاء اجراءات تأسيس مشروعاتهم بصورة مريحة ومنتجة ، فالتنمية اذا ما شابها الروتين وسيطرت عليها البيروقراطية حتى تصبح مشروعاتها مرتفعة التكاليف او غير جاذبة للمستثمرين فلا بد ان يكون هناك خطأ يتعين تداركه والا توقفت هذه التنمية تماما . ولا شك ان القطاع الخاص في استثماراته في مشروعات التنمية السياحية يهدف الى الكسب ، ولابد لكي يستمر في التنمية ان يحقق هذا الكسب وبلورة كافية . اما الآثار الاجتماعية والاقتصادية على المستوى القومي والاقليمي فتترتب على ذلك بصورة تكاد تكون تلقائية . ولذلك فان التجربة والتفريد للسياسات والتعليمات والممارسات الادارية فانها يمكن ان ترتب هبوطا كبيرا في المكافآت المحتملة للمستثمرين .

وترتبا على ذلك يجب ان يهدف التخطيط الى ائاحة الظروف التي تسمح بمكافآت كافية لكل من يتصدى لمشروعات التنمية السياحية اختيارا وتصميما وتنفيذا وادارة . وبمعنى آخر فان التعاون والتنسيق يجب ان يهدف الى تشجيع اتجاهات الخلق والابداع الفردي في التنمية لكي تواكب الاحتياجات الجديدة والمتنيرة . ويجب ان يوجه القطاع الفردي الخاص الى مناطق ومشروعات وبرامج تنمية سياحية قابلة لتحقيق ارباح على عكس القطاع العام الذي يجب ان يتوجه لمناطق ومشروعات وبرامج رائدة هامة من النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفسية للشعب حتى وان كان حظها من النجاح المالي اقل من المشروعات التي يتولاها القطاع الخاص .

**اما الهدف الثالث من اهداف التخطيط السياحي فهو حماية الموارد البيئية**  
في البوالة او الاقليم موضوع التخطيط ، ذلك لان المشكلات البيئية في التنمية السياحية قد اصبحت متزايدة التعقيد .

فاول ما يوجه من نقد للسياحة انها تضر بالجمال الطبيعي . فالمباني الضخمة التي تزخر بها الشواطئ تخلق مشكلات التخلص من القمامة وتزيد من تعقيد شبكات الصرف الصحي فضلا عن الصعوبات المروية التي تكون سببا لها . ولاشك ان قيام هذه المباني الضخمة والقرى السياحية المتعددة دون تخطيط متكامل يؤدي الى لتناظر بين هذه الانشاءات وبين الطبيعة . وكذلك فان عدم العناية بتخطيط المواقع الاثرية والتاريخية تخطيطا علميا سليما قد يؤدي الى تدهورها وانحدارها وهي اصلا من عناصر الجذب السياحي الرئيسية .

والى جانب ما تقدم فان الحفاظ على الطابع والتوازن البيئي يعتبر جانبا هاما من جوانب التخطيط السياحي الذي لا يجوز تجاهله او اعتباره امرا ثانويا .

وهذه الاهداف التخطيطية العامة تفسح المجال لوضع اهداف اكثر تحديدا تختلف من تخطيط الى تخطيط ومن دولة الى دولة ومن منطقة داخلها الى منطقة اخرى بل ومن مشروع الى مشروع .

فالأهداف العامة لها خصائص معينة نسوقها فيما يلي :

- ١ - أن تكون أهدافا واقعية أى أن تكون مع طموحها ممكنة التحقيق عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الفنية والمادية والبشرية والمالية المتاحة .
- ٢ - أن تكون أهدافا شاملة بمعنى أن تشكل كل ما يرجو التخطيط تحقيقه .
- ٣ - أن تكون مرنة حتى تتسع بقدر الامكان لاحتواء أية مشكلة طارئة لم يحسب حسابها عند وضع التخطيط ولكى يكون من السهل تعديلها عندما يلزم الأمر .
- ٤ - أن تكون قابلة للتحديد بأهداف أكثر منها ضبطا وتحديدا .

### → الأهداف المحددة للتخطيط السياحي :

والى جانب الأهداف العامة الثلاثة السابق شرحها لابد أن يقوم المخطط برسم أهداف محددة للتخطيط السياحي . ويتم ذلك بعد أن يجمع المخطط كافة المعلومات الممكنة عن المنطقة المراد تخطيطها من ناحية امكانياتها الطبيعية او الحضارية والسكانية والاجتماعية والاقتصادية . . . الخ ، وعن الاسواق المصدرة للسياحة وتحديد المستقبل السياحي للمنطقة مع ابراز نقاط القوة والضعف وكيفية الانتقال من الوضع الراهن الى الوضع المنشود . ووضع عدة سناريوهات أو بدائل تتم دراستها لتحديد أهداف الخطة المحددة . ومن بين الأهداف المحددة للتخطيط للتنمية السياحية :

- ١ - العمل على زيادة الحركة السياحية بنسبة معينة سنويا .
- ٢ - تحقيق نسبة زيادة معينة في معدل اقامة السائحين من كل جنسية بناء على توفير توقعات السائحين واشباع رغباتهم وتحقيق رضائهم .
- ٣ - تحقيق زيادة في النصيب السوقي بنسبة معينة خلال مدة معينة .
- ٤ - الحصول على زيادة العائد السياحي بنسبة معينة .
- ٥ - رسم اطار محدد لرفع مستوى معيشة سكان الاقليم من العائدات الاقتصادية للسياحة وزيادتها بنسبة معينة نتيجة التخطيط الذى يتم .
- ٦ - المحافظة على التراث الحضارى والعمارى للمنطقة ابقاء على الشخصية الحضارية للدولة والمنطقة فى مواجهة رياح التغيير .
- ٧ - زيادة العمالة فى المنطقة موضوع التخطيط بنسبة معينة .

فالأهداف المحددة هى علامات على طريق التقدم تقبل القياس وتقييم الأداء . وبالتالي فان التعبير عنها انما يكون بعبارات محددة ونسب معينة لا بعبارات انشائية .

والذى يهمنا التنبيه اليه هو أن الأهداف العامة والأهداف المحددة يجب أن تكون جزءا لا يتجزأ من الأهداف الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدولة

أو في المنطقة التي يجري التخطيط لها سواء اكان ذلك بالتصريح أو ضمننا (١) .  
فالسياحة - كما قلنا - ليست قطاعا منفردا ولكنها قطاع انتاجي يتساند مع غيره من  
قطاعات الانتاج والخدمات في الدولة أو الاقليم أو المنطقة لتحقيق التنمية المتوازنة  
وعلى ذلك يجب عدم معاملته بانعزالية ولا على أنه جيب اقتصادي مستقل  
والا ترتب على ذلك فشل التنمية السياحية .

### المشاركة الشعبية في التخطيط السياحي :

تعتبر مشاركة الجماهير في التخطيط السياحي ورشاؤها عنه من الامور الهامة  
التي كثيرا ما يحدث تجاهل لها والتي ترتب نتائج وخيمة تتمثل في الالامبالاة والوقوف  
على الحياذ بالنسبة لما يجري من التخطيط للتنمية السياحية في الدولة أو في اقليم  
معين منها ، وقد يتطور الامر اني قيام المواطنين بالاعتراض على الخطة ووقوفهم في  
وجه تنفيذها بشتى الطرق والوسائل .

فالسياحة يجب الا تكون قطاعا طفيفا يتسلق على اكتاف المواطنين ومصالحهم  
بل يجب ان يفتح وبشئ باندليل انه يفيد مختلف قطاعات المواطنين ويعود بالنفع  
على الفلاح والعامل والصانع والمنتج والتاجر والموظف وغيرهم .

قطاع الأعمال الخاص ينظر - بوجه عام - الى التخطيط السياحي الذي تجر به  
الدولة على انه قيد مفروض على حرية حركته وعلى ميكانكية العرض والطلب في  
السوق ، ومالم يكن هذا القطاع على رضاء كامل بما يجري من تخطيط سياحي وفهم  
وادراك شامل لاهدافه وابعاده فانه باعتراضه عليه أو وقوفه سلبيا في مواجهته قد  
يؤدي الى اخفاق هذا التخطيط . ولذلك جرت دول سياحية عديدة على عرض  
التخطيط السياحي على المجالس النيابية وعقد جلسات استماع للخطوط الرئيسية  
في هذا التخطيط للحصول على الموافقات الشعبية سواء على المستوى القومي  
أو الاقليمي قبل البدء في تنفيذ التخطيط الذي لاشك من شأنه ادخال بعض المتغيرات  
على اسلوب التنمية التلقائية المعتاد .

وهذا هو مفهوم المشاركة الشعبية في التخطيط السياحي .

فالمخططون المحترفون وعلماء السياحة وعلماء البيئة لاشك يعلمون اكثر من  
غيرهم احسن السبل لوضع تخطيط سياحي سليم ولكن يجب ان يقتنعوا جماهير  
الشعب بوجهات نظرهم حتى تكون الجماهير سندا قويا لهذا التخطيط تدعمه  
ولا تحاربه ، تقويه ولا تضعفه .

وفي هذا المعنى يذهب جانز GANS وهو احد اساتذة التخطيط الامريكيين الى  
ان المخططين كثيرا ما يضعون خططا تعكس قيم الطبقة الاجتماعية التي ينتمون اليها  
دون ان تعكس قيم واهداف الشعب الذي يوضع التخطيط لاجله .

ولاشك ان هذا الراي ليس صحيحا على اطلاقه لان الامر يتوقف الى حد كبير  
على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي للشعب في وقت معين وفي اقليم معين .  
ولذلك فاننا نبادر الى القول بان المشاركة الشعبية في التخطيط تتم عن طريق طرح

(١) راجع شارل كايزر ولاري هليز في كتابهما التخطيط السياحي والتنمية طبعة ١٩٧٨ ص ٥٤ .

التخطيط على المجالس التبادلية الشعبية ومحاولة اقناع هذه المجالس بجدوى هذا التخطيط السياحي وفائدته اجتماعيا واقتصاديا ونفسيا وبئثيا وسياسيا .

ويقترح بعض خبراء التخطيط انه يمكن قياس رد فعل الراى العام حيال التخطيط عن طريق دراسات مسح الراى العام PUBLIC OPINION POLLS والاستفتاء REFERENDUM ولجان الاستماع PUBLIC HEARINGS وعرض الاتجاهات التخطيطية فى الصحف وطلب التعليق عليها بخطابات الى المحرر وكذلك من طريق دراسات الاتجاهات STUDIES OF PERCEPTIONS & ATTITUDES

وانه وان كانت مزايا التعرف على راى الشعب فى التخطيط ظاهرة ، الا ان نه بعض المثالب منها التكلفة الزائدة ، وضياح الوقت فيما لا طائل من ورائه خاصة وان تعليقات ممثلى الشعب او بعض افراده لا يعدو فى الواقع ان يكون تعبيرا عن راى شخصى دون راى الجموع فضلا عن كل ذلك فان فعالية المشاركة الشعبية لم تثبت بدليل فى نظر البعض . ورغم ذلك فاننا نرى ضرورة توفر المشاركة الشعبية فى التخطيط حتى يمكن ضمان نجاحه ونجاح التنمية السياحية التى تقوم استنادا اليه .

**الفكرة التخطيطية :**

اذا كانت الاهداف العامة للتخطيط السياحي تنحصر فى ثلاثة هى اشباع رغبات الزائرين او السائحين ، واثابة المستثمرين او المالكين ، وتحسين مستوى حماية الموارد البيئية فى الدولة او الاقليم موضوع التخطيط ، فان الفكرة التخطيطية واستراتيجيات التنمية السياحية يجب ان توجه لتحقيق هذه الاهداف .

ولا بد لنا ان نشير الى اهمية استمرارية التخطيط . فالسياحة صناعة مركبة من عدة عناصر ومجزأة الى عدة مكونات يتفاعل بعضها مع البعض ولذلك فهى فى تعقيدها تتطلب عملية تخطيطية ديناميكية . فآى تغيير يطرأ على عناصر صناعة النقل مثلا ينتج آثارا بعيدة المدى على اعداد الزائرين الى مناطق الجذب السياحي بالزيادة او بالنقص حسب الاحوال ، وقد يحمل ذلك بالضرورة تأثيرا على اماكن الإقامة المتاحة فى تلك المناطق . واى نقص يعتور اماكن الإقامة بأنواعها من فنادق وقرى سياحية ومخيمات فى منطقة سياحية ما يؤثر بالنقص فى اعداد السائحين الذين يزورون هذه المنطقة رغم ما يتوفر لها من عناصر جذب ومغريات طبيعية ووسائل نقل مختلفة . وعدم توفر المرافق الأساسية من مياه شرب وكهرباء وصرف صحى فى منطقة ساحلية ما يؤثر بلاشك على حجم التنمية السياحية فى المنطقة بالكامل .

ولذلك يجب ان يتناول التخطيط السياحي كافة مكونات صناعة السياحة بصورة تفصيلية حتى ما يتعلق منها بالسياحة بصورة غير مباشرة مثل التسهيلات التجارية والصناعية وتوفر الخلفية السكانية الكافية فى المنطقة لكي يمكن تعيين العاملين اللازمين للمشروعات السياحية فيها وتدريبهم تدريبا كاملا .

وهذا التخطيط المتكامل يجب ان يدور فى عملية مستمرة فلا يجوز ان يقف عند حد زمنى معين ولا تغلف التخطيط عن الواقع بما يحمله من متغيرات حادثة بصورة دائبة .

## الباب الثالث عشر دور البحوث في التخطيط

### معنى البحوث :

بعد أن يتم رسم الاهداف يتعين البدء في مرحلة البحوث وهي مرحلة لؤاسة كافة العوامل الطبيعية والحضارية والمتعلقة بالسوق وبرامج التنمية . ومرحلة الدراسة أو البحوث هي من أهم المراحل التي تضمها عملية التخطيط لأنها هي المرحلة التي تنبنى عليها الأفكار التخطيطية الرئيسية ونتائج وتوصيات التخطيط . فبغير الدراسة الواعية الدقيقة لكافة خصائص الاقليم الذي يجرى تخطيطه أو المنطقة موضوع التخطيط فان الخطط يضطر الى وضع فروض كثيرة قد ينتاب كثيرا منها اخطاء ، لكي يضع خطته .

ويقوم الأسلوب العلمى فى البحث على أربعة مبادئ أساسية :

١ - **المبدأ التجريبي EMPIRICAL** ويقضى بأن المعرفة تعتمد على التجربة الشخصية الأصلية المباشرة .

٢ - **المبدأ الكمي QUANTITATIVE** ويعنى أن القياس يستخدم للقضاء على الغموض .

٣ - **المبدأ الميكانيكى MECHANICAL** ويقوم على أن الأسباب المتشابهة تنتج نتائج متشابهة .

٤ - **المبدأ التعاونى COOPERATIVE** ويعنى أن البحث يستطيع مواجهة اختبارات المجتمع .

ورغم أنه يصعب اخضاع البحوث فى مجال التخطيط السياحى لهذه المبادئ العلمية الأربعة ، إلا أنه يمكن تطبيق روحها وجوهرها .

فالمخطط لا يستطيع ولا يجب أن يعتمد على الوصف الانشائى المبالغ فيه من الاقليم بل يتعين عليه أن يعتمد على حقائق مجردة ومعلومات منضبطة تؤكد ااحصاءات عن الخصائص الذاتية للاقليم موضوع التخطيط والتي تمه السياحة .

وفضلا عن ذلك فإنه يجب وضع المعايير التي تقاس بها هذه الخصائص الذاتية بقدر ما تسمح به طرق البحث التي يمكن تطبيقها فى مجال السياحة . فالاقليم المتاحم البحر وله واجهة بحرية كبيرة مثل محافظة البحر الأحمر لا يتصور أن يتساوى فى

الخصائص السياحية مع اقليم بعيد عن البحر مثل محافظة الوادي الجديد رغم أن كلا من هذين الاقليمين يعتبر من الاقاليم الصحراوية المتسعة .

ومن ناحية أخرى فإن البيانات التاريخية يمكن أن تفيد في بيان التغيرات الحادثة في بعض العوامل كالتأثير انشاء طرق سريعة على التنمية العمرانية والسياحية في منطقة أو اقليم مشابه للاقليم الذى يجرى التخطيط السياحي لتنميته .

وأخيرا فإن الاتجاهات البحثية المستخدمة والنتائج التى تم التوصل اليها بالتوصيات المكتملة لها يجب أن تصمد في مواجهة آراء المراجعين للتخطيط ونقدهم اذا كانت العملية التخطيطية قد سارت بأسلوب منطقي وكانت لابد أن تؤدي الى تلك النتائج والتوصيات .

والبحوث هي في الواقع جمع المعلومات الكاملة بفرضين هما الحصول على معلومات اساسية للتخطيط ، واحاطة جميع المساهمين في التخطيط بالحقائق عن الاقليم أو المنطقة المطلوب تخطيطه . ولا يتم ذلك بصورة مثلى عن طريق فريق استشارى يعمل في انمالية عن العميل وعن مواطنى الاقليم وانما عن طريق التعاون بين مختلف هذه الجهات . وليس الهدف هو أن تجمع اثنان من المعلومات حول مختلف العناصر المحيطة بالاقليم بل يجب أن يكتفى بجمع المعلومات المتصلة والمتعلقة بالتخطيط للمستقبل السياحي للاقليم .

وبينما لا توجد طريقة موحدة متفق عليها دوليا لجمع المعلومات المطلوبة ، فإنه يمكن الاستهداء بمبادئ أربعة هي :

١ - مراجعة المعلومات المنشورة والتقارير غير المنشورة عن الاقليم الذى يجرى التخطيط له .

٢ - عقد مقابلات واجراء حوار مع المسؤولين في الأجهزة القومية والمحلية المتصلة بالسياحة والبيئة والتعمير وغيرها للتعرف على السياسات الموضوعية للاقليم وما تم بشأن تنفيذها .

٣ - زيارات ميدانية تفصيلية للاقليم للتعرف على خصائصه الطبيعية والحضارية وعناصر الجذب فيه واستخدام الطائفة والسيارة والنش للتعرف على الخصائص الجوية والبرية والبحرية للاقليم .

٤ - تحليل البيانات والمعلومات المتاحة لاستحداث نتائج ومعلومات مطلوبة غير متوفرة ابتداء مثل تحليل البيانات المستمدة من دراسات المسح الطبقي للاقليم على نحو ما ذكر في النقطة السابقة وكذلك عمل دراسات التنبؤ العلمية عن المستقبل السباحي للمنطقة باستخدام الطرق الاحصائية والتكنولوجية المتعارف عليها .

والمعلومات المطلوبة للخطط تتعلق بالعناصر الطبيعية وبمناصر برنامج التنمية المنضمن السوق بمعناه الواسع تظهره البحوث التالية :

### البحوث

تهدف الى ايجاد مطومات عن

---

عناصر برنامج التنمية	العناصر الطبيعية المتوفرة
— الاسواق .	— الموارد الطبيعية وتشمل التضاريس
— المعلومات وتوجهاتها .	— الارضية والمناخ والجيولوجيا والنباتات
— الحوادث الاجتماعية	والحيوان والبيئة والحياة المائية . .
— والاقتصادية والبيئية .	الخ .
— مدى اتاحة الارض .	— الموارد الحضارية وطريقة حياة الشعب .
— الانظمة الحكومية .	— الخدمات المتاحة .
— التمويل .	— وسائل النقل المتاحة .
— الادارة والعمالة .	

ومن الطبيعي أن تتوقف صحة تفسير المعلومات والبيانات المجمعة واستخلاص النتائج السليمة منها على خبرة وحسن ابداع فريق المخططين .

## الفصل الأول

### البحوث في العناصر الطبيعية

تعتمد التنمية السياحية أول ما تعتمد على الخصائص الطبيعية للأقليم أو الأقاليم التي يجري تخطيطها ، ولذلك فإن على المخطط أن يفهم خصائصها الذاتية كالموارد التي يمكن استخدامها أو المحددات التي يجب ادخالها في الاعتبار عند التخطيط . والبحث عن هذه العوامل يستهدف استكشاف الخصائص الذاتية للموارد السياحية بناء على نظرية المنظومة الطبيعية البشرية للتنمية السياحية

#### HUMAN SYSTEM OF TOURISM DEVELOPMENT

والتي تفترض اعتماد بعض التشبيطات على الخصائص الطبيعية التي تعتبر أساسا للتنمية السياحية في مواقع معينة أكثر من غيرها . ومن بين هذه العناصر الطبيعية الموارد الحضرية ، والخدمات والتسهيلات المتاحة ، ووسائل النقل المتاحة سواء أكانت بشأن جهة المقصد السياحي DESTINATION أو جهة توقف على الطريق إلى جهة المقصد STOPOVER

#### أولاً - الموارد الطبيعية :

إن البحث في الموارد الطبيعية أو المعطيات والخصائص الطبيعية للأقليم يفترض أول ما يفترض وضع قائمة متكاملة بهذه الموارد أو جرد كامل بها وتبويبها وتقييمها وفقاً لمعايير موضوعية مسبقاً سواء أكانت المعايير كمية أو كيفية . وقد حاول بعض الباحثين في السياحة وضع إطار شامل لهذه المعايير إلا أن ذلك لم يستقر بعد على مستوى دولي (١) وإن كانت المحاولات لا تزال قائمة .

فبينما يستخدم البعض طرقاً بحثية ضيقة الأهداف لا يمكن تعميمها على مناطق أو دول مختلفة لاختلاف الطبيعة الأرضية ، يستخدم البعض الآخر معلومات لا يمكن تطبيقها إلا على استخدامات محدودة للأراضي مثل الزراعة والغابات والحياة الأرضية البرية والنشاطات الترويحية ، ويقدم البعض الآخر على استخدام معلومات ثابتة لا تسمح بالتغيرات الحادثة والتي قد تكون لها أهمية كبيرة في مستقبل استخدامات الأراضي . وأخيراً فإن محاولة إبراز جميع الخصائص المرجحة لتقييم

(١) دكتور فرانكو فراديو في رسالة للدكتوراه المقدمة لجامعة بيركلي بكاليفورنيا عن تقييم الموارد السياحية .



الموارد الطبيعية لايزال أمراً بالغ الصعوبة خاصة اذا ما وضعنا نقاط ترجيح لكل مورد . ولكن الذى يشفع فى هذه الصعوبة هو امكان الاتفاق على الخصائص الرئيسية على الأقل مثل شكل الأرض ويشمل طيوغرافيتها ومساحتها ومستوياتها وما بها من سهول وتوابع ، ومدى طبيعتها كالتباين فى مواقعها المختلفة ونسبة الأشجار فيها ، ومدى طاقتها الاستيعابية ، ومدى توافر المياه فيها ، ومدى توافر المناظر الطبيعية الخلابة فيها . وحتى هذه الخصائص كثيراً ما تخضع للحكم الشخصى ذون ان يكون لها قواعد تيسر الحكم الموضوعى عليها .

وقد سبق لنا ان اشرنا فى كتاباتنا السابقة (١) ضرورة اجراء جرد كامل بالموارد الطبيعية ويضم ما يلى :

١ - المناخ - معتدل ، شمس ، جاف . مطر ، المواسم المختلفة ، نقاء الهواء أو تلوثه ودرجة هذا التلوث .

٢ - المناظر الطبيعية والمروج الخضراء ، وسهول منبسطة لا يعتربها تغيرات ، جبال طبيعية خلابة ، بحيرات ، أنهار ، شواطئ ، تضاريس متباينة ، مناظر بانورامية ، شلالات ، مناطق بركانية ، مغارات وكهوف طبيعية ... الخ .

٣ - الأجسام : الحزام الأخضر الذى يضيف جمالا على الأرض ، غابات كثيفة أشجار نادرة ... الخ .

٤ - الثروة النباتية والحيوانية : نباتات غير عادية ، طيور مختلفة الأنواع والألوان امكانيات لصيد الأسماك ، رحلات الصيد والقتص والتصوير ، حيوانات وحشية ، حداثق عامة ، بيئات طبيعية للحيوانات المفترسة ... الخ .

٥ - الموارد الطبيعية الصحية كآبار طبيعية من المياه المعدنية وبناييع المياه الساخنة والدافئة الكبرى للامستشفاء ، وحمامات الطين ... الخ .

ولا شك ان تقييم هذه العناصر يختلف تبعا لاستعداد الدولة المستقبلة للسائحين أو اقليم معين منها لاستقبال انواع معينة من السائحين فى مواسم معينة وتحت ظروف معينة لاشباع رغبات معينة أو اجابة دوافع معينة . فالنحو الدافئ أو الحار يكون عنصر ترغيب للسائحين من دول الشمال فى فصل الشتاء ، وللسائحين من الدول الأخرى فى فصل الصيف اذا ما توفر تكييف الهواء فى الفنادق والاتوبيسات والسيارات والمطاعم ... الخ ، بشرط أن تكون الأسعار أقل فى فصل الصيف عنها فى فصل الشتاء فتجذب مستوى من السائحين أقل انفاقا وهكذا . والنسيم العليل على شاطئ البحر نعمة للسائح ولكن الهواء الشديد الذى ينقل ذرات الرمل الى العيون منفر للسائح ويبعده عن الشاطئ ... الخ . أما الجو الملوث غير الصحى فلا يختلف أحد من السائحين أو شركات السياحة فى وجوب تفاديه باطلاق .

اما طبوغرافيا الارض وجيولوجيتها فهذه ايضا من الخصائص العامة للموارد الطبيعية . فتنوع هذه الطبوغرافيا يضيف جمالا للأرض . فوجود الجبال والتلال الى جانب السهول الخضراء افضل بكثير من حيث التقييم من أرض منبسطة لا جبال فيها ولا تلال . ووجود منحدرات جبلية يمكن استخدامها شتاء في التزحلق على الثلج يجلب أنظار كثير من سائحي الدول المتقدمة الذين يريدون التغير . ولا جدال في ان السائح يرغب في زيارة الدولة التي تشكل بالنسبة له تغييرا في نمط حياته المعتاد وهذا يتمثل اول ما يتمثل في طبيعة الأرض التي يفضل اختلافها عن طبيعة الأرض في مكان اقامته المعتاد . وفضلا عن ذلك فان تحليل التربة أمر لازم للحكم على مدى خلوها أو عدم خلوها من الطفيليات الضارة بالصحة .

### ثانيا - الموارد الحضارية :

وهي موارد عادة تكون مستحدثة بيد الانسان في تعامله مع الطبيعة وتمثل لدى الدول المتوفرة بها تراثا هاما يعتبر من المبررات الاساسية للسياحة في العصر الحاضر وان كان نصيبها من حركة السياحة الدولية لا يزيد في العشر سنوات الاخيرة عن ١٠ ٪ .

ويجب ان يهتم المخططون السياحيون بهذه الموارد الحضارية وحمايتها اسوة باهتمامهم بالموارد الطبيعية والحفاظ عليها .

وخصائص هذه الموارد الحضارية اسهل في التقييم الكمي والكيفي من الموارد الطبيعية لانه من السهل اجراء الدراسات الميدانية الهادفة الى التعرف على آراء السائحين وشركات السياحة الدولية والجامعات والشركات التي تتعامل في سياحة الحوافز وغير ذلك في هذه الموارد الحضارية التي يتميز كثير منها بذايته المستقلة . وتنقسم هذه الموارد الحضارية الى عدة اقسام منها ما يلي :

٢ - **موارد اثرية ARCHEOLOGICAL SITES** وهي مخلفات الحضارات البائدة والتي لا تقل عن الف عام وهذه كنوز لا تقدر بمال .

٢ - **موارد تاريخية HISTORIC EDIFICES** وهي الاماكن والمباني التي تمثل حلقات في تاريخ امة ويجب لذلك حمايتها والعمل على صيانتها . وهذه تمتد من الف عام الى مائتي عام مثلا .

٣ - **موارد دينية أو عقائدية RELIGIOUS** مثل المعابد والاديرة والكنائس والمساجد .

٤ - **موارد ثقافية CULTURAL** مثل المتاحف على اختلاف أنواعها من متاحف آثار ومتاحف تاريخ طبيعي ومتاحف الفن الشعبي والحديث والتشكيلي . الخ ، والمعارض الفنية ، والمكتبات ، ومعارض الصناعات الحرفية . . الخ .

وهذه يسهل تقييمها لان عنصر المقارنة على المستوى الدولي قائم ويمكن .

٥ - **أما طريقة حياة الشعب** وهي من أهم الموارد الثقافية لدى كثير من السائحين الغربيين فهذه يصعب تقييمها إلا على ضوء مبادئ رئيسية مثل الاتصال والتميز أو الانفراد ، والكرم ، والنظام ، والمودة وحسن الترحيب بالزائر ، والحياة الفلكورية الفنية ... إلخ .

#### ٦ - **الطرز والنظم المعمارية المتميزة** (١) ARCHITECTURAL ATTRACTIONS

— **جسر البوابة الذهبية** GOLDEN GATE BRIDGE الذي يعتبر رمزاً لمدينة سان فرانسيسكو .

— **تمثال الحرية** بمدينة نيويورك ومبنى مركز التجارة العالمي  
WORLD TRADE CENTER

- **قصر بكنجهام** وبرج لندن وساعة بيج بن في لندن .
  - **الفاتيكان** في روما .
  - **برج إيفل** بباريس .
  - **تاج محل** في الهند .
  - **مبنى الاوبرا** في مدينة سيدني بأستراليا .
  - **برج بيزا** المائل في مدينة بيزا بإيطاليا .
- فلا شك أن مثل هذه العناصر المعمارية المتميزة تشكل إلى جانب الموارد الأثرية والتاريخية والثقافية عناصر جذب سياحي رئيسية .

#### ثالثاً - **الخدمات والتسهيلات المتاحة :**

وهذه تتضمن عدة عناصر منها البنية الأساسية والمتطلبات الأساسية للحياة المدنية والتسهيلات السياحية الأساسية ، والأجهزة الخاصة باستقبال السائحين ، والخدمات الترويحية والرياضية ... إلخ .

وتفاصيل هذه الخدمات والتسهيلات المتاحة هي :

#### ١ - **البنية الأساسية وتشمل :**

(أ) **المرافق العامة** التي تتضمن شبكات المياه النقية والكهرباء والطرق ونظم الصرف والمواصلات السلكية واللاسلكية ... إلخ .

(ب) **المتطلبات الأساسية للحياة المدنية :** المستشفيات والصيديات والبنوك ، والأسواق التجارية ومصنفو السلع ، ومحلات البقالة والمواد الغذائية ، ومكاتب الإدارة العامة ( الشرطة والسلطات العامة والمحاكم ... إلخ ) .  
واكشاك السجائر ومخازن الأدوية ومحلات النظارات واكشاك الصحف وامكن بيع الكتب وورش صيانة السيارات ومحطات الغاز ... إلخ .

(١) شارل كايزر ولاري هلب - التخطيط السياحي والتنمية - الرجوع السابق ص ٧١ .

## ٢ - التسهيلات السياحية الأساسية وهذه تشمل :

التسهيلات الخاصة باقامة السياح : مثل الفنادق والموتيلات ( الفنادق المقامة على الطرق العامة ) والبسبونات والشقق والفرف المفروشة لدى الافراد والمنشآت الاجتماعية للسياحة ( قرى الاجازات ، والمخيمات ، واماكن لسيارات الرحلات وبيوت الشباب ، ومزارع الصحة ... الخ ) واماكن تقديم الطعام ( مطاعم ، حانات مطاعم الخدمة الذاتية او « اخدم نفسك » ومطاعم البشواء ... الخ ) ، واماكن الملاهى والترفيه على اختلاف أنواعها « كالمقاهى والنوادي وصلات الشاي والنوادي الليلية ودور السينما والمسرح والاجهزة الخاصة باستقبال السياحة - وتشمل :

### - بالنسبة لتنظيم السفريات :

وكالات السفر .

ايجار السيارات .

وكالات الرحلات القصيرة وارتداد المناطق الجديرة بالمشاهدة ... الخ .

### - بالنسبة للاستعلامات والمعاية :

مكاتب الاستعلام السياحي عند مداخل البلاد وفي المدن والاستراحات .

المؤسسات السياحية المحلية أو الفرعية .

لجان الاحتفال بالمناسبات الخاصة .

## ٣ - الخدمات الترويحية والرياضية :

وتشمل التجهيزات والمعدات الترويحية والرياضية مثل البلياردو والبولينج والبنج بونج والانشآت المائية ومشتقاتها المختلفة وأنواع الرياضات المختلفة والمراكز الصحية بكافة تجهيزاتها مثل الجاكوزى والسونا وغيرها .

### رابعا - وسائل النقل المتاحة وتيسيرات النقل :

وهذه تشمل المطارات والموانى بالنسبة للدول المطلة على البحار والأنهار والبحيرات التى تحيط بها اكثر من دولة مثل بحيرات لوجانو وماجور فى ايطاليا وسويسرا وكونستانس بين المانيا وسويسرا والنمسا ، والسكك الحديدية ووسائل النقل البرى الأخرى ، والطائرات وطرق الانتقال فى المناطق الجبلية كالتليفريك والفونيكولير ... الخ .

وانه وان كان تقييم عناصر الخدمات والتسهيلات المتاحة ، وطرق وتيسيرات النقل يخضع لمعايير شخصية ، الا انه يجب بذل مجهود مضاعف للحصول على معلومات حقيقية ومقارنتها بمعلومات مناخية عن دول سياحية أخرى والوصول بذلك الى تقييم موضوعى بقدر الامكان .



## الفصل الثانى

### البحوث فى عناصر برنامج التنمية

#### الاسواق السياحية :

يقتضى البحث فى الاسواق السياحية اجراء دراسات مكتبية متعمقة وداسات ميدانية مستمرة للحصول على البيانات اللازمة والتي تصلح لتكون قاعدة حكم صحيح على كل سوق سياحى ووضعه بالنسبة لغيره فى مراتب تحددها معايير موضوعية مسبقا . وقد سبق ان ذكرنا فى كتابنا عن السياحة الدولية ترميمات الأنواع المختلفة للاسواق وضرربنا امثلة على تنوع الاسواق تبعا لهدف السفر وتبعا للسفن وتبعا للدخول والطبقة الاجتماعية وتبعا لاتجاهات حركة السياحة الدولية ... الخ (١) .

وقد ضرب بعض خبراء السياحة مثلا على البيانات التى يجب تجميعها عن الاسواق السياحية كما يلى (٢) :

- عدد الزائرين للدول الأخرى منسوبا الى عدد السكان .
- مواسم خروج هؤلاء الزائرين وتقسيمهم بحسب الشهر .
- أماكن تصدير هؤلاء الزائرين ( محال اقامتهم ) .
- الى أين يتجهون .
- مدة الاقامة فى الدولة أو المنطقة المزاراة .
- دوافعهم للزيارة .
- أماكن الزيارة والتوقف فى الطريق .
- الخدمات المستخدمة اثناء الزيارة ومستوياتها .
- معلومات كاملة بقدر الامكان عن السائحين أو الزائرين وتشمل :
  - السن .
  - نسب الافراد والعائلات الى المجموعات وحجم هذه المجموعات السياحية .
  - وسيلة النقل المستخدمة .
  - مستوى الدخل .
  - الوظيفة أو المهنة .
  - متوسط الانفاق اليومي فى الرحلة .

(١) دكتور صلاح الدين عيد الوهاب ، السياحة الدولية طبعة ١٩٨٦ ص ٢٢٦ وما بعدها .

(٢) شاول كايورد ولارى هليير فى كتابهما عن التخطيط السياحى والتنمية ، المرجع السابق ص ٦٢

- هل الزيارة لأول مرة أو زيارة متكررة .
- مستوى الرضا عن الخدمات والتسهيلات المؤداه .
- وبالإضافة الى كل ما تقدم فان دراسة الأسواق يجب أن تتضمن تحصيل البيانات التالية :
- المسافة التى تفصل بين السوق السياحى وبين الدولة أو الاقليم موضوع التخطيط .
- الوقت .
- تكلفة النقل بين نقطة التصدير ( بدء الرحلة ) ونقطة الوصول .
- الروابط الثقافية القائمة ان كان .
- نسبة المسافرين الى غير المسافرين للسياحة من بين سكان السوق .
- المستوى العام للتعليم بين السكان المقيمين فى السوق السياحى .
- الأمن والامان فى السوق وفى الدولة المستقبلية .
- الصورة السياحية للدولة المستقبلية أو اقليم فيها محل التخطيط فى السوق السياحى .

ومن مجموع هذه البيانات مجتمعة يمكن استخلاص نتائج هامة تساعد على تحديد موقف كل سوق سياحى من الدولة أو الاقليم محل التخطيط .

وتبدأ بحوث الأسواق بتحديد المشكلة البحثية والأهداف المتفاه من البحث ثم يتبع فى شأنها عدة طرق بحثية تبدأ بتحضير المواد البحثية التى تعتمد عليها الدراسة المكتبية والدراسة الميدانية كاستمارات الاستقصاء وتدوين الاجابات وكروت الاستجواب ثم البحث بالعينة SAMPLING واستقطاب معاونة الأجهزة الحكومية وغير الحكومية اللازمة واعداد وسائل نجاح الدراسة الميدانية كطرق لختيار المستجوبين وتدريبهم واجراءات تعظيم انتاجيتهم وتصنيف المعلومات التى تآلى عن طريقهم ثم رقابة الجودة فى البيانات المجمعة ثم استخدام وسائل التصنيف العلمية وتخزين المعلومات بالكمبيوتر وفقا لبرامج معدة مسبقا لامكان اتمام التحليل السليم واستخراج النتائج التى يعول عليها فى التخطيط (١) .

فتحليل الأسواق بوجه عام يحتاج للاجابة على بدايات الأسئلة الآتية :

- ١ - من هو السائح ؟
- ٢ - متى يصل ؟
- ٣ - اين يريد الذهاب داخل الدولة ؟
- ٤ - ماذا يريد أو ما هى دوافعه ؟

(١) راجع كتاب Identifying Travel Markets الذى أصدره جهاز السياحة الفيدرالى

الامريكى فى سبتمبر ١٩٧٨ .

- ٥ - كيف نشتبع رغبته ؟  
٦ - لماذا يسلك السائح على هذا النحو ؟  
٧ - الإنفاق ؟

ويمكن لذلك تركيب الجدول الآتى الذى يجب ملؤه بالبيانات المستقاه من بحوث الاسواق .

البيانات السوق	الدولى				الداخلى
	ا	ب	ج	د	
من					
متى					
اين					
ماذا					
كيف					
لماذا					
الانفاق					

وهذه المعلومات يجب ان تقرر وتصنف بحسب كل نوع من أنواع الخدمات والتسهيلات المتاحة داخل المنتج السياحى للدولة بحيث يشمل ذلك :

- ١ - النوع .
- ٢ - الكم .
- ٣ - الموقع .
- ٤ - الكيف .
- ٥ - الاستخدام ونسبة الاشغال .
- ٦ - الاتجاهات والتنبؤ بالمستقبل .
- ٧ - تصوير المستقبل السياحى .

وليس هذا البحث اكاديميا وانما هو ذو اثر علمى هام فى التخطيط لانه يجب اقامة العلاقة بين احتياجات السوق الحقيقية التى تكشف عنها الدراسات المكتبية المتعمقة والدراسات الميدانية التى يقوم بها خبراء حقيقيون فى السياحة ، وبين المنتج السياحى المتاح بمكوناته المختلفة والخروج من هذه العلاقة بما يجب ان يتوفر من المكونات الاخرى لهذا المنتج السياحى . وهذا هو جوهر التخطيط على ضوء دراسات

التنبؤ العلمية للطلب السياحي من واقع تحليل السوق تحليلا علميا شاملا سواء  
 اكان التخطيط السياحي قوميا أم اقليميا .

التفاصيل القطاع	النوع	الكم	الموقع	الكيف	الاستخدام	الاتجاهات التنبؤ المستقبل
النقل						
الإقامة						
خدمات الطعام						
خدمات الشراب						
الترويض						
الترفيه						
الرياضة						
الثقافة						
القطاع التجارى						
( المشتريات )						
المتنزهات						
الاماكن البانورامية						
الاماكن التاريخية						
الأسواق						

ويمكن ان يستكمل ذلك بوضع جدول آخر للتعميم يقوم على نقاط ترجيح  
 من ١ - ١٠٠ توزع على خمسة مستويات هى :

ضعيف جدا - ضعيف - متوسط - قوى - متميز ، وذلك كما يبين من  
 الجدول التالى :



المناسم	نقاط الوزن النسبي	ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	قوى	متغير
المنساج	٥	صفر-١	٢-٢	٤-٢	٥-٤	٥
النقل	١٠	صفر-٢	٢-٢	٤-٢	٧-٥	١٠-٨
الإقامة	١٨	صفر-٤	٨-٤	١٢-٨	١٥-١٢	١٨-١٦
خدمات الطعام	٢١	صفر-٤	٩-٤	١٤-٩	٢٠-١٤	٢١-٢١
خدمات التراب	٥	صفر	٢-١	٢	٤	٥
الترويج	٢	صفر	١	١	٢	٢
الترفيه	٣	صفر	١	١	٢	٢
الرياضة	٣	صفر	١	١	٢	٢
التعاقب	٢	صفر	١	١	٢	٢
الخدمات والترويات	٥	صفر-١	٢-١	٢	٤	٥
المترهسات	٥	صفر-١	٢-١	٢	٤	٥
الإماكن الطبيعية	٧	صفر-٢	٢-٢	٤	٦-٥	٧
البياتو راميية	٥	صفر-١	٢-١	٢	٤	٥
الإماكن التاريخية	٥	صفر-١	٢-١	٢	٤	٥
الو-سلر	٥	صفر-١	٢-١	٢	٤	٥

ولا يتصور أن يكتمل البحث في الأسواق دون البحث في عنصر المنافسة بحثاً متعمقاً - ويتطلب ذلك بحث مدى جاذبية الدول والإقاليم المنافسة للدولة أو الإقليم موضوع التخطيط في مختلف الأسواق . ويستلزم ذلك بحث وتقييم مكونات المنتجات السياحية المنافسة ومدى ارتباطها بدوافع وتوقعات ورغبات السائحين في تلك الأسواق على اختلاف أنماطها ومستوياتها .

### **المعلومات وتوجهاتها :**

وتشمل كل المعلومات المتعلقة بأنشطة الخدمات والتسهيلات المدنية المعاونة التي تشكل الخلفية اللازمة للخدمات والتسهيلات السياحية وتحقق بها استكمال الكفاءة اللازمة للتنمية السياحية كالخدمات القانونية والطبية والحاسبية والإدارية والمصرفية وخدمات الاستشارات في مختلف فروع العمل ، وخدمات الإعلان ومدى أهميته في إقناع المستهلكين ، وخدمات الإعلام بأنواعه المختلفة ، وخدمات الإرشاد والتوجيه من شرطة المرور إلى العاملين بالفنادق والمطاعم ودور الترفيه والنوادي الليلية إلى المرشدين في المناطق الأثرية والسياحية المختلفة إلى مدربي النطس والسباحة والنشاطات الرياضية المختلفة . وتشمل كذلك كل المعلومات المتعلقة بالتقد وطرق تحويله وتسعير الخدمات السياحية والخصم المتاح للمجموعات . الخ .

### **الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية :**

وتشمل دراسة الاعتبارات السائدة من النواحي الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي تؤثر في السياحة وتتأثر بها. فالمخطط لا يستطيع تجاهل هذه الجوانب في الخطة التي يضعها للتنمية السياحية سواء على المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي ، والا أدى هذا التجاهل إلى فشل التخطيط .

فدراسة اتجاهات وانطباعات السكان المحليين نحو السائحين والزائرين تمثل حجر الزاوية في نجاح أو فشل التخطيط لانه لا فائدة من تخطيط للتنمية السياحية إذا كان المواطنون ينظرون إلى السائحين نظرة شك وعدم ترحيب قد تنقلب إلى صدام في المستقبل بل وجرائم ترتكب . وفي ذات الوقت فإن معرفة أسباب ترحيب السكان المحليين من الأهمية بمكان لأن الأمر يختلف إذا كان الترحيب لأسباب ثقافية وحضارية واجتماعية أو لأسباب اقتصادية بحث .

وهنا يمكن أن يكون لنشر الوعي السياحي المدروس أثر في تغيير بعض المفاهيم الخاطئة أو تصحيح بعض الانطباعات غير الحقيقية .

وبالمثل فإنه يجب التعرف بالدراسة الميدانية العلمية على الصورة السياحية للدولة أو للإقاليم موضوع التخطيط في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين ومحاولة رفع مستوى هذه الصورة بالحملات الإعلامية والدعائية المدروسة .

وكذلك فان دراسة الآثار البيئية الإيجابية والسلبية للتنمية السياحية أمر لازم في التخطيط السياحي . وبغير ذلك فان التخطيط يمكن أن يؤدي الى تعظيم الآثار البيئية السلبية للتنمية السياحية سواء بالنسبة للموارد الطبيعية أو الحضارية والآثورة والتاريخية أو الأضرار بالظاهر الجمالى للمواقع الطبيعية فى المدن والقرى والمساحات المفتوحة .

## الأرض :

وإذا كان من الواضح انه لا تنمية سياحية دون الأرض ، فان مساحات كبيرة من الأرض تعتبر حيزاً الزاوية فى كل تخطيط سياحي . ومن هنا تظهر أهمية التخطيط الطبى كجزء هام من مكونات التخطيط الشامل أو الإقليمى أو المحلى .

وفى ذات الوقت - وهذا هو الوجه الآخر للعملة - فان الأرض محددهام من محددات تخطيط التنمية السياحية . فاختيار المواقع المناسبة Suitable Locations أصبح موضوعاً لنظرية علمية حديثة هى نظرية المواقع Theory of Localisation لها قواعدها وأصولها العلمية وتتطلب خبرة المتخصصين . ويدعم هذه النظرية فرع جديد من علم الاقتصاد هو اقتصاديات المساحات Spatial Economics

وبالتالى فان اختيار وتقييم المواقع الأرضية والبحرية جزء هام من أجزاء الخطة يجب أن يكون مبرراً على أسس فنية سياحية واقتصادية وبيئية واجتماعية وغير ذلك .

فالتشريعات الحاكمة للملكية الأرض وحيازتها وأسس التصرف فيها وما اذا كانت مملوكة للدولة أو للأفراد يجب ان تكون موضوعاً لدراسة شاملة . ويتبع ذلك دور الدولة فى تشجيع الاستثمار السياحي طبقاً للخطة التى توضع عن طريق تسهيل إجراءات بيع الأرض وبسعر مناسب للمستثمرين الجادين . ويكون ذلك سهلاً اذا كانت الأرض مملوكة للدولة ، وقد يكون أصعب اذا كانت الأرض مملوكة ملكية خاصة . ولكن حتى فى هذه الحالة الأخيرة فان الدولة تستطيع القيام بدور فعال لتشجيع الاستثمار وتنفيذ الخطة السياحية مثل ما فعلت فرنسا فى مشروع لانجدوك روسيليون على ما سياتى فى القسم الثالث من الكتاب .

## الانظمة الحكومية شاملة التمويل والإدارة والعمالة :

والى جانب ما ذكر ، فان دراسة الانظمة الحكومية السائدة سواء اكانت تشريعية او قرارات ادارية يمثل جانباً هاماً من جوانب البحث عند التخطيط لانه يجب معرفة اتجاهات الدولة وهل هى تشجع القطاع الخاص حقبة أو لا ، وهل تخضع جميع ما

يتعلق بالاستثمارات والعمالة والإدارة لإجراءات معقدة مكلفة في الوقت والمال أو ان  
الانظمة المتعلقة بكل ذلك سهلة معقولة .

وثمة جانب هام آخر هو التمويل وهل تخضعه الدولة لقرارات فورية منها تحديد  
مناطه ومجاله وحدوده ، او ترك كل ذلك للسياسة الائتمانية في البنوك ؟ واين تقف  
رقابة البنك المركزي ؟ وهل تمتد الى وضع حدود قصوى على التمويل وإلى تحديد  
اسعار الفائدة أولا ..... الخ .

وأخيرا هل هناك ضوابط يمكن على اساسها التنبؤ بالسياسة الحكومية في  
المستقبل ؟ أولا ؟ .

وبهذا المناسبة فان ثمة شرطا غير مكتوب في البنوك لتمويل أى مشروع سياحي  
في مصر ان تكون هناك شركة ادارة اجنبية لادارة المشروع . وهذا الشرط ان كان  
مستافقا في الستينات والسبعينات لم يعد مقبولا الآن في الثمانينات بعد ما تبين من  
عجز كثير من شركات الادارة الاجنبية عن تحقيق الاهداف المتوخاة من المشروع أصلا  
وهي التسويق ورفع كفاءة الخدمة وتحقيق هامش ربح كاف . بل أن هناك بعض  
الشركات التي اضطرت الشركات المالكة الى انهاء العلاقة التعاقدية معها لأسباب  
ابسطها تحقق خسارة تشغيل لسنوات متتالية ولا نجد داعيا لذكر هذه الشركات  
بالاسم وكانت تدير مشروعات بالقاهرة وبالقنطرة وبالسوان ... الخ .

ولذلك فاني اهاب بالبنوك المقرضة ان تتخذ لها مستشارين من خبراء  
السياحة المتميزين لامكان الحكم على جدوى المشروعات السياحية قبل الموافقة  
على تمويلها .

اما العمالة فلان السياحة لاتزال صناعة تعتمد على العامل الانساني الى حد  
كبير فانها ذات اثر هام في زيادة حجم العمالة في الدولة او الاقليم محل التخطيط  
ولذلك يقال ان قطاع السياحة من القطاعات الانتاجية التي تناسب المناطق ذات  
الاهمية الطبيعية او الحضارية والتي تعاني من البطالة . بل أن وجود القوى الشربة  
اللازمة لقطاع السياحة في منطقة ما اصبح قيذا هاما من قيود التنمية السياحية في  
تلك المنطقة لان استيراد العمالة من منطقة أخرى قد تجوهرها صعوبات تؤثر على  
المستقبل السياحي للمنطقة . ولذلك فان دراسة العمالة عنصر من العناصر الهامة  
لاي تخطيط سياحي لان ذلك يستتبع استثمارات في اسكان العاملين واعاشتهم  
وتدريبهم وتقلاتهم داخل المنطقة ومنها واليها ..... الخ .

### امكانيات الشتريات والتسويق :

اصبح التسوق SHAPRING دافعا هاما من دوافع انتقال الاشخاص  
للسياحة . فدخل التسوق يمثل ثلث الدخل السياحي الاجمالي في بريطانيا وكذلك

فان تخطيط مناطق كثيرة في الولايات المتحدة للسياحة بدأ بايجاد تسهيلات ضخمة للتسوق والمشتريات مثل فورت لودرديل وبالم بيتش في فلوريدا بالولايات المتحدة .

ولعل انشاء الموانئ والمناطق الحرة مثل هونج كونج أصبح عنصر جذب سياحي ضخيم . وكذلك فان التنمية السياحية لجزيرة سانت توماس وجرايد كيمون في البحر الكاريبي قامت اساسا على كثاف اعتبارهما موانئ حرة . ومن الملاحظ ان المناطق التي تتركز فيها المحلات الكبرى للتسوق هي اكثر اجزاء المدن ازدهاما بالسائحين مثل شوارع اكسفورد وريجنت في لندن والشوارع الخامس في نيويورك وشوارع ميتشجان في شيكاغو وغيرها .

### كلمة أخيرة :

كلما تعمق البحث وتشعب كلما كان هاديا للكشف عن آفاق جديدة تساعد المخطط على استكمال تخطيطه وصيرورته أكثر انطباقا على الحقيقة ومراة عاكسة أمينة للمستقبل السياحي للأقليم أو المنطقة موضوع التخطيط بشرط ألا يفقد المخطط نفسه في خضم المعلومات والبيانات المجمعمة والا يدخل في بحوث غير مجدية . ومن هنا كانت الخبرة السياحية علما وعملا هي الشرط الأساسي للتصدي للبحوث السياحية والتخطيط .



## الباب الرابع عشر

### توليف شتات المعلومات في خلاصة ذات معنى للتوفيق بين مختلف الاتجاهات

كثيرا ما يهمل المخططون بعد مرحلة جمع المعلومات والبيانات اللازمة واجراء البحوث فيها ، ان يستخلصوا من خضم العناصر المختلفة المجمة التي تدخل في التخطيط نتيجة ذات معنى توفق بين مختلف اتجاهات المعلومات والبحوث فيها . وهذه المرحلة المستقلة من المراحل النفسية للتخطيط تسمى بمرحلة التوليف Synthesis وهي مرحلة وسط بين البحوث وبين وضع التصور الكامل للتخطيط integral concept والانتهاء فيه الى توجيهات وتوصيات محددة Recommendations

واهمال هذه المرحلة بالذات او نسيانها هو الذى يترتب عليه فشل التخطيط الموضوع . والرسم البياني التالي ص ٢٠٥ من هذا الكتاب يبين ذلك بوضوح :  
واذا كان المعلومات والحقائق التي تم تجميعها عن الموارد الطبيعية وعناصر برنامج التنمية وخصائص الاقليم موضوع التخطيط قد وضعت في اسلوب وصفى وخرائط ورسوم بيانية ، فلماذا نصر على أهمية ابراز هذه المعلومات في خلاصة ذات معنى ؟

ان مرحلة البحوث ليست الا مرحلة تحليل ، اى تجزئة العناصر الى مكوناتها الرئيسية كما يحدث في التحليل الكيميائى . فعن طريق البحوث يمكن تقسيم الاقليم الى اجزاء والى عوامل عديدة يتم فحص كل منها على حدة . اما مرحلة توليف هذا الشتات من المعلومات المجزأة فتعنى تشكيل مجموعات جديدة من هذه المعلومات يجمع بينها رباط مشترك بحيث تكون ذات أهمية بالنسبة للمنظومة ككل .

ولعل صعوبة من الصعوبات الرئيسية لهذه المرحلة هو معانى الكلمات عن يتولى صياغة الجزء الوصفى لمجموعات العناصر المجمة . فعبارة « كيلومترات من الشواطىء الرملية البيضاء » قد تكون تعبيرا دقيقا عن دراسة تحليلية للاند سكب او تكون عبارة وصفية عاطفية يضمها محرر اعلانات . فاهداف التنشيط السياحى



هى العمل على جذب السائحين الى دولة ما او اقليم ما واقتناعهم بالزيارة . ولذلك فان هناك ميلا لاستعمال الكلمات المغعمة بالعواطف الجياشة لانها ذات تأثير . ومع ذلك فلاغراض التخطيط يجدر عدم استخدام هذه الكلمات حتى لا تؤدي الى اخطاء او قناعات غير صحيحة قد ترتب مسئولية على الدولة وشركات السياحة او منظمى الرحلات فيما بعد . ولذلك فانه يجب التحرز عند استخدام الكلمات الوصفية وان تكون صادقة منضبطة ومستخدمة استخداما اصطلاحيا سليما حتى يمكن الوصول الى اتفاق بشأن معانى الكلمات والحقائق التى تمثلها هذه الكلمات والنتائج المتعلقة بالاقليم موضوع التخطيط .

وثمة صعوبة اخرى تتمثل فى المعتنقات الشخصية لبعض المخططين وتحاملهم لجانب او ضد بعض النظم والافكار المؤثرة فى تقييم الموارد الطبيعية وعناصر برامج التنمية ، ومثال ذلك ان يكون المخططون ممن يفضلون ادارة بعض هذه الموارد بواسطة جهاز حكومى ، او على العكس ممن يؤمنون ابتداء بان السياحة مجال خصيب لنشاط القطاع الخاص فقط الذى يقوم على عنصر المبادرة الفردية والعمل التنافسى القائم على اعتبارات السوق ، فلا شك ان امثال هؤلاء او اولئك سيتأثرون بمعتقداتهم الشخصية ويدخلون دون ارادة واعية فى تقييم مختلف الموارد السياحية وعناصر التنمية .

وثمة قضية اخرى هامة فى منطق جمع شتات المعلومات عن اقليم معين مثلا هى مشكلة المضمون ومدى ما يعطى من مجهودات بحثية لبعض العناصر على حساب عناصر اخرى مما قد يخل بالتوازن المطلوب فى مضمون البحث فى العناصر اللازمة للتخطيط ، وقد يترتب على ذلك اختلال المرحلة التى نحن بصدددها وهى جمع شتات المعلومات فى خلاصة ذات معنى .

### **بعض المبادئ التى يجب اتباعها فى مرحلة جمع شتات المعلومات :**

١ - **التعميم** generalisation فالنخطيط السياحى الاستراتيجى على المستوى القومى او على مستوى الاقليم ليس تخطيطا لموقع . وبالتالي يتعامل التخطيط هنا مع اهم الفوارق ووجه التشابه ولا يتطلب الدخول فى التفاصيل على نحو ما سنرى عند معالجة قواعد تخطيط المواقع السياحية التى تشمل مشروعا او اكثر . ولذلك يجب توجيه اساليب التخطيط وطرقه نحو المساحات الكبيرة . فبحوث التربة وتصنيفها يجب اجراؤها بشكل يتناسب مع التنمية الزراعية مثلا ، فالتنمية السياحية تتطلب بحث مدى ملائمة التربة لاستخدام المواد اللازمة لتجميل واتساع اللاند سكيب ومراقبة التفتت والتدهور ومدى ما تتحمله من هياكل حديثة البناء او استخدام المعدات والتجهيزات الضخمة للبناء والتشييد . وكل هذا



يتطلب إعداد خرائط وملخصات معلومات تختلف عما هو مطلوب اعداده عن التربة للتنمية الزراعية .

وفي مرحلة جمع شتات المعلومات يجب أن تقرب هذه التعميمات من نتائج البحث عن الحياة البرية والنباتات في الاقليم أو المنطقة التي يجرى التخطيط السياحي لتنميته . وهذه يمكن أن تؤدي الى نتائج هي تفضيل مواقع عن أخرى في اقامة مشروعات التنمية السياحية . ومع ذلك تتطلب هذه المرحلة اضافة بعض العناصر الأخرى الى عملية التقييم مثل النقل والعلاقات القائمة في الأسواق قبل الانتهاء الى النتائج النهائية عن المستقبل السياحي لمنطقة جغرافية معينة . ولذلك يتعين على المخطط في هذه الحالة أن يخلص الى الخصائص والاعتبارات العامة التي تحكم المنطقة دون إعادة البحث في تفاصيل ودقائق كل عنصر من العناصر التي جمعها خلال مرحلة البحث .

فالتعميم هنا هو السبب الرئيسى في وضع الخرائط بمقياس رسم كبير لأن مقياس الرسم التفصيلي ( الصغير ) مقصود به خدمة تخطيط المواقع والمشروعات .

٢ - مبدأ التخصف Principle of parsimony في الجهودات التخطيطية وفي التقييم وفي وضع التقرير النهائي والوقت اللازم لكل ذلك . فهناك ميل نحو الاسهاب والاطالة في وقت المخططين ويوجه خاص في مرحلة جمع المعلومات ومرحلة البحوث ومرحلة جمع شتات المعلومات ووضعها في خلاصة ذات معنى . وهذه ليست مشكلة تحريرية بقدر ما هي مشكلة أداء كامل تشمل الفكر للتخطيطي ومطلق التقييم وأولوياته وتنظيم العمل وبخاصة في المراحل النهائية للتخطيط .

اساليب توليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية والحضارية :

يمكن اتباع أسلوبين لتوليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية في الاقليم الذي يجرى تخطيطه :

**الأول -** دراسة التفاعل بين مختلف العناصر التي تضمنها الموارد الطبيعية . وهذا يجب أن يعنى بحصر جميع أوجه التأثيرات المتبادلة بين مختلف العناصر الطبيعية .

**الثاني -** خرائط العناصر الطبيعية Physical factors mapping التي توضع نتيجة للدراسة أو البحوث التي أجريت فيما سلف القول ، وهذه يمكن تصعيدها في خرائط مركبة Composite أى تتضمن كافة العناصر المتفاعلة .

وظاهر أن وضع هذه الخرائط هو نتيجة لدراسة التفاعل بين العناصر الطبيعية المختلفة ولا تكون هذه الخرائط سليمة الا بقدر ما تكون هذه الدراسة سليمة. ولذلك

فقد سارت التجربة الناجحة على وضع خريطة لكل عنصر باستخدام النقاط التوجيهية النسبية ، ثم يجرى بعد ذلك ترجمة هذه الخرائط المتعددة التى تضم كل منها عنصرا من العناصر الطبيعية الى خرائط كمبيوترية باستخدام الكمبيوتر . وثمة برامج كمبيوترية متاحة الآن مثل برنامج سيماب Symap وهو يشير الى نظام الخرائط الستوجرافية الذى تم تصميمه فى معامل تحليل المساحات والرسوم البيانية الكمبيوترية بجامعة هارفارد بالولايات المتحدة . وهناك برامج أخرى متاحة فى الوقت الحاضر لتحقيق نفس الغرض مثل برامج اوتوماب Automap وايجميز Igems وامجريد Imgrid وكلها تساعد المخطط على تصعيد الخرائط المتضمنة عنصرا واحدا الى خرائط تضم عدة عناصر متفاعلة .

ولا شك ان هذا التطور العلمى يسمح بوضع خرائط أكثر دقة من حيث التفاعل القائم بين مختلف العناصر الطبيعية لانه تفاعل متبادل بين عدة عناصر يؤثر بعضها فى البعض تأثيرات مختلفة المدى نتيجة التداخل بينها وهو ما يتمدح على المخططين اجراؤه بالطريقة اليدوية العادية . لانه لا يتصور امكان الاحاطة بالتأثير المتبادل والتفاعل بين عناصر طبيعية مثل طبوغرافيا الأرض وطبيعة التربة وجيولوجيتها بالإضافة الى الغطاء النباتى والحياة البرية وأماكن توفر المياه الجوفية ومدى تقاوتها وصلاحياتها للاستخدام الأدمى فى إقليم يجرى تخطيطه ، لا يمكن التعرف يدويا وعقليا على مدى التأثيرات المتبادلة بين كل هذه العناصر فى تحديد الأماكن الصالحة للتنمية السياحية وخاصة اذا أضفنا الى كل اعتبار الموقع location الذى يخضع بدوره لعدة خصائص ومتغيرات . الا ان ذلك كله متوقف على صحة المعلومات والبيانات المجمعة وصحة الخرائط المرسومة يدويا بالنسبة الى كل عنصر على حده .

خطوط

ولقد أصبح من المسلم فى علم التخطيط السياحى ان نتائج هذا التفاعل بين العناصر الطبيعية والخرائط المرسومة التى توضع كمبيوتريا تختلف بحسب ما اذا كنا بصدد تخطيط لتنمية سياحة المقصد Destination أو سياحة المرور Touring والأولى تنمية سياحية تقوم على عناصر جذب أساسية لاغراء السائحين بالقدوم والمكوث فى الاقليم أو المنطقة لفترة زمنية معينة لمزاولة نشاطات سياحية مختلفة سواء أكانت ثقافية أم استجمامية وترويحية أم ترفيهية أو لحضور مؤتمر أم للعلاج أم لأسباب الزيارات الدينية أم لخليط من نمطين أو أكثر من أنماط السياحة ، والثانية تقوم على عناصر لجذب السائحين لزيارة الاقليم أو المنطقة على سبيل المرور منها الى مقصد آخر أو لزيارة معالم الاقليم أو المنطقة السياحية على سبيل التجوال

لمشاهدتها جميعا Sightseeing في وقت معين دون المكوث فيها بصورة مستقرة لبعض الوقت (١) . وتقييم ذلك كله. يتم وفقا للدراسات المتعمقة في السوق .

وفضلا عن ذلك فان اضافة العناصر الحضارية والثقافية الى العناصر الطبيعية في الخرائط المركبة من شأنه ان يغير من المستقبل السياحي للأقليم او المنطقة تغييرا كبيرا كما حدث في دراسة تخطيطية اجريت في ولاية تكساس الامريكية . ولذلك نرى انه من الخطأ تأسيس الخرائط المركبة على العناصر الطبيعية وحدها .

كل هذه القرارات المتعلقة بالسياسة والتخطيط السياحي تستمد قيمتها من قيمة وخبرة وكفاءة المخططين ومدى حرصهم على البحث المتعمق في مختلف المنغرات وقدرتهم على استيعابها وتوليف شتاتها بأسلوب علمي سليم ، والا كانت الخلاصة المطلوبة خاطئة لبنائها على أسس مفلوطة او غير سليمة .

### أساليب توليف شتات المعلومات عن برنامج التنمية السياحية :

وهذه لا تقل اهمية عما قلناه عن توليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية والحضارية . وتشمل برنامج التنمية السياحية الاسواق ، والمعلومات وتوجيهاتها ، والعوامل الاجتماعية والبيئية ، والانظمة الحكومية ، والتمويل والعمالة والادارة وظروف ملكية الارض والتصرف فيها ... الخ .

ولان هذه العناصر ليست متعلقة بالموقع الجغرافي وطبيعة الارض وتضاريسها مثل العناصر الطبيعية ، فهي لا تستأزم وضع خرائط ، وانما تتطلب من المخططين مراعاة منتهى الدقة في البحوث المتعلقة بها لبناء علاقات تفاعل وتبادل صحيحة . ومثال ذلك كيف تناسب الحملات الدعائية والاعلانية مع خصائص وظروف السوق الموجهة اليه ، وهل توجد علاقة بين القيم الاجتماعية السائدة في منطقة معينة فيما يتصل بالتنمية السياحية وبين ما هو متاح من تمويل وخبرة وادارة ومراكز عمالة بدرجة كافية او غير كافية ؟ ، وما هي خصائص تأثير الحكم المحلي على التخطيط السياحي ايجابيا وسليا ؟ .

هذه هي بعض التساؤلات التي يتعين انارتها والاجابة عليها في هذه الخطوة من التخطيط :

### الخلاصة :

اذا كانت مرحلة توليف شتات المعلومات تمثل العمل الخلاق في هذه المرحلة من مراحل التخطيط ، فان الخلاصة هي النتيجة التي يخلص اليها هذا العمل .

---

(١) انظر تفسير آخر لذلك في مؤلف الدكتور نبيل الروبي - التخطيط السياحي طبعه ١٩٨٧

وهذه هي التقارير الحاسمة عن الاقليم الذى يجرى التخطيط له والتي تصف الموقف الراهن للاقليم ومستقبل التنمية السياحية فيه . وهذه الخلاصة يجب ان يتفق عليها المخططون والمستثمرون والطبقات الشعبية . وكذلك فان هذه الخلاصة تعتبر ذات اهمية كبرى لدى المسؤولين الحكوميين بدرجة اكبر من الاهمية المقودة للتوصيات التخطيطية لان الخلاصة تعطيهم فكرة كاملة عن خصائص الاقليم الذى يجرى تخطيطه واتجاهات مستقبله السياحي بصورة لم تكن معروفة من قبل .

ويستخدم في الخروج بهذه الخلاصة الاتجاهان الاستنباطي (١) والاستقرائي (٢) وهما المحددان للمستقبل التخطيطي للاقليم السياحي وهي تقارير عامة شاملة حول خصائص وعناصر ومميزات ومثالب هذا الاقليم بحيث تكون مرآة منطقية واضحة تعكس الصورة الحقيقية للاقليم حاضرا وتوجيهاته السياحية المستقبلية ، ومثال ذلك ما يلي :

١ - يبحث السائحون عنه ويتمتعون بالموارد وعناصر الجذب الطبيعية والحضارية .

٢ - يحظى الاقليم موضوع التخطيط بالموارد الطبيعية والحضارية التالية .... ولذلك وبناء على ما تقدم .

٣ - هناك مجال كبير للبحث عن فرص لزيادة التنمية السياحية التى تؤسس على الموارد الحضارية للاقليم والتي لم تشملها التنمية حتى الان على النحو التالى .  
وبين مما تقدم ان هذه الخطوة من خطوات التخطيط هي اكثر الخطوات صعوبة واكثر استعصاء على الشرح المنضبط لانها تجمع بين الخلق والابداع وبين البحث الواقعي التطبيقي . ففى خطوة ابداعية لانها تضع لأول مرة تقارير حاسمة حول الاقليم وما فيه من فرص مواتية وجوانب سلبية للتنمية السياحية . فبينما ان هذه التقارير تتضمن خلق وابداع حقائق جديدة عن الاقليم ، الا انها تستند الى بحث واقعي لا يمكن فحص نتائجه مثل وجود أو عدم أسواق للتصدير السياحي قريبة من الاقليم ، وجود أو عدم وجود موارد طبيعية وحضارية كافية للجذب السياحي لسياحة المقصد مثلا ، وجود أو عدم وجود تشريعات لتسهيل التنمية السياحية في الاقليم .. فهذه التقارير ليست تصورات وافكار جديدة وتوصيات تخطيطية بقدر ما هي خلاصة تقوم عليها الافكار والتوصيات .



---

(١) ومعنى استنباط التفاصيل من القواعد الكلية .  
(٢) ومعنى بناء القواعد الكلية على التفاصيل والفروع .

## السياحة الخامسة عشر

### الأفكار والتصورات التخطيطية

وهي خطوة تالية من خطوات التخطيط الاستراتيجي القومي أو الاقليمي او المحلي تقوم على ترجمة الحقائق والخلاصة التي ضمن اليها المخططون الى افكار وتصورات للتنمية السياحية . وتوصف هذه الخطوة الهامة بأنها خطوة ابتاعية Creative بمعنى انها تتضمن القدرة على تشكيل واخراج فكرة جديدة من فكرتين او أكثر من الافكار القائمة في الواقع .

فبينما ان الابداع والخلق صنوان للاختراع في العلوم الطبيعية كوليد لتجارب معملية او للفنون التشكيلية . كالرسم والنحت بخشب الاصل ، فانها يمكن ان توجد كمؤهل من مؤهلات فريق المخططين .

وفي ضوء هذه المعاني عن الابداع والخلق يمكن ان يكون للخطوات التخطيطية السابقة معان حتى بالنسبة لخطوة رسم الاهداف عن مستقبل التنمية السياحية . ولكن يجب الاشارة الى ان الابداع والخلق لا يأتيان كلمحة برق خاطفة في السماء الزرقاء ولكنهما يأتيان كنتيجة للبحث المعمق المتصل لخصائص وموارد الاقليم مع التصور الكامل لمتطلبات السوق والتفاعل الواجب بين الاثنين مع اطلاق العنان للتصور الخلاق والفكر المتجدد الذي تغذيه اصالة التجربة وعمق الخبرة ودون محاكاة عمياء للقائم في دولة اخرى او منطقة اخرى .

ولا شك ان احداث التغير فكرة اساسية في التنمية السياحية المستقبلية . وقد بدا النظر الى هذا التغير بشئ كثير من القيود ازاء الاتجاهات الحديثة في التخطيط السياحي من ضرورة حماية البيئة وتقييد النمو كيفما وكما . وينفذ هذا الانهاء نحو عدم احداث تقييد كبير ما تراه البنوك ومؤسسات التمويل من ضرورة اثبات ان مثل المشروع المطلوب تمويلة له تاريخ سابق في النجاح وهو ما يدعو الى اتجاء التقاليد وعدم اطلاق العنان للفكر المتجدد .

ومما يرد به مثل هذا الاتجاه السلبي ان الاسواق السياحية في تفر دائب نتيجة تطور اذواق السائحين وتوقعاتهم وما يستحسنونه وما يستهجنونه فضلا عن دوافعهم التي تتغير بصورة مستمرة ، وكذلك فان التطور التكنولوجي العظيم الذي يترتب عليه تطوير دائم في وسائل النقل ، فضلا عن التجديد في الخدمات والتسهيلات السياحية المختلفة والسياسات والافكار التخطيطية ، كل ذلك يجعل السياحة ظاهرة

ديناميكية لا تقف عند حال واحد بل هي دائمة التغيير . ولذلك كان لابد من افساح المجال للخلق والابداع بشرط ان يكون ذلك ثمرة تجارب وخبرات خبراء حقيقيين لا مدعين .

وبمعنى آخر لايجوز لاقليم سياحي ان يدخل مجال التخطيط السياحي الاقليمي الا اذا كان المسئولون فيه على استعداد لتخيل مستقبل سياحي افضل يستمد اساسه من خصائصه ومعطياته تفذيها خبرة حقيقية لفرق المخططين السياحيين فبدون التخيل العلمي Scientific fantasy (١) . لا يمكن بلوغ الاهداف . ولذلك فان اتجاهات التطابق غير المبدع مع القائم في مناطق اخرى ليست اتجاهات حميدة ولا مؤهلات جييدة للمخططين السياحيين ، بل على العكس فان اتجاهات المخاطرة باعتماد افكار جديدة مؤسسة على بحث علمي هي التي يجب التعويل عليها لضمان التقدم . وبالتالي فانه يجب توفير صفات معينة فيمن يعتبر مبدعا او خالقا لافكار جديدة :

— الاستقلال في الحكم وبخاصة تحت ضغط .

— الشجاعة والاصرار .

— درجة عالية من القابلية للتكيف مع الازواض المختلفة .

— الاستعداد لتقبل الخبرات الجديدة في مرونة ودون حساسية .

— التحمس لاطلاق العنان للابداع والخلق .

فالخلق والابداع يتطلبان الذكاء ، والقدرة على التعرف على المشكلات ، والاستعداد لفصل العناصر الهامة من العناصر التافهة ، وأخيرا الشجاعة للنظر والرؤية من الداخل .

ومثال ذلك فقد كانت اماكن الإقامة في الولايات المتحدة حتى سنوات الثلاثينات تنحصر في الفنادق وفي الكورت السياحي ( وهو عبارة عن مساحات مغلقة تفتح على الطريق يقام بها غرف لاستقبال الزائرين ) . ثم تطور الامر تدريجيا الى خلق الوتيل وفندق السيارات Motor Inn . وتقر ذلك من انواع متباينة من الفنادق التي تشمل على خدمات ترفيهية ورياضية مختلفة . . وكان ذلك عن طريق الخلق والابداع لتلبية احتياجات جديدة ظهرت في السوق . وثمة مثال آخر للابداع هو بيع اماكن التخيم في المخيمات حيث ظهرت في امريكا عدة شركات لبيع اماكن التخيم بدلا من الاكتفاء بتأجيرها بالليلة . وسمى هذا الاتجاه الجديد بالتخيم المشترك الملكية Condominium Camping ، كما يعتبر التطور الهائل الحادث في انشاء قرى الاجازات المتكاملة مثلا نالسا من أمثلة الخلق والابداع ، فبعد ان كانت قرى الاجازات اماكن لقضاء اجازات اقتصادية للعائلات والعمال في فرنسا اذا تطور ليصبح

(١) التخيل العلمي هو اطلاق المجال لتداعي الافكار الجديدة المؤسسة على البحث العلمي .

بعضها مراكز سياحية عالية المستوى متكاملة الخدمات والتسهيلات تصنف وتقيم مثل تقييم الفنادق بل فيها ما يعتبر مستواه اعلى من الخمس نجوم مثل لاس فيغاس في اكابولكو بالمكسيك حيث يوجد ٢٥٠ شاليها كل منها مزود بحمام سباحة خاص ، وقرية PGA National بحدائق بالم بيتش بفلوريدا حيث يوجد خمسة ملاعب جولف مختلفة فضلا عن فندق من فئة الخمس نجوم وفيلات وشاليها على أعلى مستوى وغابة خاصة متروكة بكرا في وسط القرية التي تبلغ مساحتها ٢٤٠٠ فدان ، وغير ذلك من الامثلة .

وكذلك تعتبر الحدائق الترفيهية Theme Parks مثلا آخر من امثلة الابداع السياحي . فهي منتشرة في دول كثيرة منها الولايات المتحدة وبريطانيا وهولندة وفرنسا وايطاليا وغيرها . بل أن حدائق والت ديزني بوجه خاص التي انشئت أولا بمدينة لوس انجليوس بكاليفورنيا ثم مدينة اورلاندو بولاية فلوريدا نموذج حي للابداع والخلق في العرض الذي يخلق طلبا سياحيا مستمرا ومتزايدا . بل ان منطقة ابكوت Epcot والتي تمثل ارض الغد في مناحي النشاط الانساني كجزء من حدائق والت ديزني باورلاندو بلغت قمة الابداع والخلق والخيال العلمي المستند الى ابحاث علمية متعمقة .

### مبادئ التخطيط السياحي :

#### ١ - التركيز Clustering في مشروعات التنمية السياحية :

لتحقيق أهداف عديدة أهمها التوفير في مكونات البنية الأساسية وبوجه خاص الطاقة فضلا عن أنها تؤدي الى ادارة أكثر فعالية .

والتركيز عكس الانتشار الذي كان يفضل مضموم ومخططو المتنزهات القومية National Parks في الولايات المتحدة عند بدء ظهورها . ويقتضى مبدأ التركيز حصر التنمية في الشواطئ البحرية في مناطق محددة يتفق طول واجهتها البحرية مع الطاقة الاستيعابية المطلوبة وترك باقي المناطق النشطة مفتوحة دون تنمية مكثفة من ناحية والسماح بتنمية مخططة في المستقبل من ناحية أخرى وذلك لحماية المستفيدين من هذه التنمية السياحية .

وقد اشارت خطة تنمية شواطئ ولاية كاليفورنيا الى ان الخطة تشجع تركيز التنمية في الاماكن التي سبق تميمتها للاقتصاد في المرافق العامة وتخفيض احتمالات الاضرار بالموارد الطبيعية وایجاد سبل نقل ومواصلات داخلية خلاف السيارة (١) .

#### ٢ - الارتباط بين عناصر الجذب والخدمات :

لا بد من وجود ارتباط بين عناصر الجذب السياحي وبين الخدمات . فلا يتصور وجود عناصر جذب سياحي في منطقة جرداء دون توفر أدنى قدر من الخدمات مثل

(١) يراجع تقرير هيلي عن خطة تنمية شواطئ كاليفورنيا طبعة ١٩٧٦ ص ٢٢١ .

مكتب استعلامات وكافيتريا صغيرة وخدمات لقضاء الضرورة . ولكن يجب ان تتمشى هذه الخدمات كينيا وحجما مع حجم العالم السياحية المتوفرة في المنطقة والا يترتب على وجودها تقليص أهمية العلم السياحي او تدهوره . فيكتفى اذن بالضروري منها خاصة اذا كانت هناك وسائل نقل ميسرة بين المنطقة التي بها عناصر الجذب السياحي وبين مدينة او مجتمع سكاني او قرية متجاورة تتركز فيها الخدمات المختلفة . فان لم يكن هناك مركز حضري على مسافة قريبة كان من اللازم توفر هذه الخدمات بصورة كافية بما فيها من اماكن للاقامة وتقديم الطعام والشراب خاصة اذا كان مكان الزيارة يتطلب قضاء وقت طويل في الزيارة مثل يوم كامل او اكثر . وبمفهوم المخالفة اذا كان عنصر الجذب السياحي لا يتطلب قضاء وقت طويل في زيارته كان من اللازم الاكتفاء بالحد الأدنى من الخدمات على النحو الذي سلف بيانه .

### ٣ - التكامل والتساند بين عناصر الجذب الطبيعية والحضارية :

يتعين ان يعرف المخططون انه لا تناقض بين الموارد الطبيعية والموارد الحضارية كمعاصر جذب سياحية لاقليم ما او منطقة ما ، بل على العكس يجب ان يعتمد التخطيط للتنمية السياحية في الاقليم على التساند بين هذين النوعين من الموارد لان الوسائل الهادفة الى حمايتها من التدهور واعدادها كمعصرى جذب اساسين للسائحين هي واحدة بالنسبة الى التصميم العمرارى والادارة . فالشلالات والبحيرات والجبال والحياء البرية والغطاء النباتى والآثار والخصائص الطبيعية والحضارية الأخرى للأقليم وهى بذاتها عناصر الجذب السياحي يمكن ضمان حمايتها وتمتع السائحين بها دون التسبب في تدهورها عن طريق حسن التصميم والادارة العلمية وتحقيق التكامل بينها دون التنافس .

فزيارة منطقة طبيعية مثل الشق الكبير في الولايات المتحدة Grand Canyon على ظهور الدواب كما هو الحال الآن يمكن ان يستعاض عنه بتركيب التلفريك مع استخدام المساعدات السمعية والبصرية في مكان يخصص لهذا الغرض عند حافة الجبل حيث تبدأ الزيارة .

### ٤ - وسيلة الوصول :

وغم أنه لا يخفى على مخطط ضرورة ايجاد السبيل الأمثل للوصول الى ومن الاقليم موضوع التخطيط لان ذلك يعتبر من ابدديات التخطيط السياحي ، الا ان ذلك يتطلب دراسة متممة وتطبيقا سليما . فطرق المواصلات وهى متعددة الاغراض اساسا توجد شكتها عادة حيث توجد مستوطنات سكانية كبيرة ، لذلك فان تفرغ هذه الشبكات لتخدم الاقليم الذى يجرى تخطيطه سياحيا دون ان يترتب على ذلك تكلفة استثمارية مبالغ فيها هو من أهم ركائز التنمية السياحية .



وتدق الصعوبة. فيما اذا كنا بصدد تنمية سياحية في اقليم في دولة نامية ليس فيها شبكة طرق متكاملة ووسائل مواصلات متعددة تربط هذا الاقليم موضوع التخطيط بباقي مناطق واقاليم الدولة . فانشاء شبكة الطرق وانشاء المطارات وربط الاقليم برحلات جوية منظمة هي من الامور باهظة التكاليف وتحمل مخطط مشروع التنمية السياحية فيه بهذه التكاليف جميعها امر يترتب عليه زيادة التكلفة الى درجة قد لا تتلاءم مع ظروف الاستثمار وكفاية عائده ولا مع قدرة السوق السياحي على الامتصاص . لذلك كان تخطيط طريقة الوصول في مثل هذه الحالات امرا بالغ الصعوبة وتقتضى - كما قلنا - بحثا متعمقا .

ويضرب بعض خبراء التخطيط السياحي مثلا بالتنمية السياحية الشاطئية في مثل هذه الحالات فيرون ان خير السبل للوصول تكون عن طريق البحر لكي يحافظ على الطابع الجمالى للمناطق الساحلية بعد التنمية السياحية وعدم شطرها بانشاء شبكات الطرق السياحية الخاصة .

#### ٥ - حجم المستوطنات السكانية ومدى قربها من مكان التنمية السياحية :

لا شك ان مشروعات التنمية السياحية تزدهر كلما كانت على مسافة معقولة من التجمعات السكانية الكبيرة لان هذه التجمعات السكانية تمثل اولا اسواقا لتصدير الطلب السياحي اليها على الاقل بالنسبة للزيارات اليومية واجازات نهاية الاسبوع . ولذلك فكلما كان اختيار موقع للتنمية السياحية قريبا من المدن كلما كان ذلك في صالح المشروعات التى تنشأ من ناحية امدادها بالعملاء ومن ناحية اخرى امدادها بالعاملين دون تكلفة اضافية لانشاء مساكن دائمة لهم . ويستثنى من ذلك فقط بعض مشروعات التنمية السياحية مثل المنتجعات السياحية الشتوية الجبلية حيث يمارس الزائرون رياضة الانزلاق على الجليد اذ يلتصق هؤلاء عادة بالمكان الذى يحبونه لممارسة هذه الرياضة دون توقف على كونه قريبا من محال اقامتهم .

#### ٦ - العلاقات الاستيعابية (١) :

سبق ان ذكرنا في الباب الثامن حدود الطاقة القصوى للمناطق السياحية وبيين منها ضرورة التدقيق في الطاقة الاستيعابية للانايم التى يجرى تخطيطها وفكرة تحديد الطاقة القصوى فكرة مرنة وان تدهور بعض المناطق السياحية لا يرجع الى تجاهل حدود الطاقة القصوى بقدر ما يرجع الى رداءة التخطيط والادارة .

---

(١) راجع ما سجد من طرق تحديد الطاقة الاستيعابية في الباب التاسع عشر عند التعرض لقواعد تخطيط المصايف الساحلية .

والذى نعتقده انه بينما يلزم تحديد الطاقة الاستيعابية القصوى للمناطق السياحية من النواحي الطبيعية Physical والبيولوجية Biological والادارية والتنظيمية Managerial فان الحلول اللازمة لذلك تختلف من اقليم الى آخر ومن موقع الى آخر حسب طبيعته وخدماته ونظام استقبال السائحين والزائرين فيه . وهذه الحلول هي المجال الحقيقى لاعمال خبرات المخططين فى التصميم وبعد ذلك طريقة التنفيذ والادارة الفعلية .

## ٧ - المرونة :

تعتبر المرونة عاملا هاما من عوامل نجاح التخطيط السياحى . فالسياحة - كما قلنا - ظاهرة ديناميكية تعمل بصورة مستمرة على تحقيق التوازن ذاتيا على المستوى الدولى وعلى المستويين القومى والاقليمى عن طريق تفسير دائم فى عناصر الطلب والعرض . ولذلك فانه يتعين ان تكون خطط التنمية السياحية قابلة للتطوير للمتغيرات الحادثة . وهذا هو ما يجعل التخطيط السياحى الناجح صعبا . وهذه القاعدة العامة يمكن ان نتقدها بانها تخالف الفكرة الاساسية للتخطيط من حيث هو التنبؤ بالمستقبل واقتراح حلول تبادلية للتنمية المستقبل على ضوء هذا التنبؤ . ويمكن الخطأ - لذلك - فى عدم الاعتساف بان التخطيط يقوم على افتراضات عن المستقبل ، ولذلك فانه يتعين ايجاد المجال للتخطيط الاحتياطى Contingency Planning فيما اذا ثبت عدم صحة بعض الافتراضات التى بنى عليها التخطيط . وكلما كانت المعلومات والبيانات المجمعة عن العناصر الداخلة فى التخطيط كاملة ، وكلما كان البحث العلمى فيها متعمقا ، كلما جاء التخطيط ممبرا عن الواقع الفعلى واصدق ما يكون للتعبير عن ظروف المستقبل . ولكن يجب ايجاد الفرصة لامكان تعديل التخطيط ليكون اكثر تعبيرا عن الحقيقة فيما اذا دعت الحال الى ذلك .

ويتفق ذلك مع قاعدة اساسية هى استمرارية التخطيط اى ضرورة اعادة النظر باستمرار فى التخطيط لضمان مطابقتها للظروف المتغيرة ، وهذا تعبیر عن اهداف متحركة غير ثابتة .

## ٨ - نوعان من السياحة : سياحة العبور وسياحة القصد :

بينما تعتبر السياحة قطاعا شاملا لعدة مكونات انتاجية وخدمية يعتبر بعضها صناعات قائمة بذاتها مثل صناعة النقل وصناعة الفنادق فانه يمكن التمييز من وجهة نظر التنمية السياحية بين نوعين رئيسيين من السياحة هما سياحة العبور Touring Tourism وسياحة القصد Destination . وتضم سياحة العبور عناصر الجذب والنقل والخدمات والتسهيلات ومؤسسات الاعلام السياحى

لخدمة أولئك الزائرين لعدة أماكن أو مواقع خلال عطلة نهاية الأسبوع أو فترة الإجازات ، ومسال ذلك من يقدم على زيارة عدد من المواقع السياحية والمدن الساحلية على شاطئ الرافيرا الفرنسية أو الإيطالية خلال مدة معينة ولكن أسبوعا مثلا ينتقل خلال يوميا من مكان الى آخر . وفي هذه الحالة يعتبر عامل الوقت عنصرا أساسيا في هذا النوع من السياحة ويكتفى الزائر بالتعرف على اهم المقريات والعالم السياحية كما ان التوزيع الجغرافي هنا يرتبط بالدورة السياحية وليس بمنطقة أو مكان محدد ، ويكون طريق السفر في هذه الحالة جزءا من تجربة السائح أو الزائر .

أما سياحة المقصد فهي مرتبطة بمكان محدد وتتضمن جغرافيا موقعا محددًا أو مدينة ساحلية أو جبلية معينة يقصده السائح أو الزائر ثم يقضي فيه وقتا طالا أو قصر لممارسة النشاطات الإيجابية أو السلبية التي يريدها . وفي هذه الحالة يعتبر طريق السفر بين نقطة البداية والمقصد مجرد مسافة تقطع للوصول الى غاية دون أن يكون له أهمية خاصة اللهم الا عامل الراحة في السفر الذي قد يؤدي الى اختيار طريق معينة اذا تعددت طرق الوصول .

فاذا حدث ازدواج أو ارتباط بين نوعي السياحة هذين ، كان على المخططين مراعاة ذلك في التخطيط نظرا للاختلاف بين الموارد السياحية المستخدمة والتباين بين الأسواق السياحية المصدر في الحالتين .

## ١٠ - الاختلاف والتباين :

السياحة ظاهرة مرتبطة بالمكان ، وغير خاف ان الأماكن تختلف وتباين جغرافيا واجتماعيا واقتصاديا وبيئيا بل وسياسيا كذلك . ومن اللازم كذلك أن يأخذ المخطط في اعتباره ظروف كل اقليم وأن يضع خطة التنمية السياحية التي تناسب مع هذه الظروف وتجعل الإقليم مكانا ذا طابع متميز عن غيره بحيث تستخدم الخطة كافة الإمكانيات الإيجابية للإقليم للوصول به - بما يناسب ظروفه الخاصة - الى أكثر أنواع التنمية جذبا للأسواق . وبالتالي ترفع السياحة من المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للإقليم اذا كانت بصورة تتساند بها مع غيرها من القطاعات الإنتاجية والخدمية فيه .

وعلى ذلك يجب أن يهدف التخطيط السياحي الاستراتيجي الى اكتشاف المناطق والأماكن ذات المستقبل السياحي وأن تخطط تنميتها وفق مقتضيات المنظومة الطبيعية والبشرية **Human Ecosystem Approach** التي تخضع أهداف التنمية السياحية لمنطقة معينة للخصائص الخاصة لهذه المنطقة بحيث تجعلها منفردة ومختلفة عن غيرها وهذا هو ما يفضل معظم السائحين . **فالخطا كل الخطا هو أن يعامل الخطط الإقليمية المختلفة أو المناطق المختلفة أو المواقع المختلفة معاملة واحدة في التخطيط .**

## ١٠ - تحليل التكلفة والربح :

لا يتصور أن يتم التخطيط على أى مستوى دون تطرق هذا التخطيط الى بحث اقتصاديات التنمية لان التنمية السياحية ليست غاية فى ذاتها وانما هى وسيلة الى تحقيق غاية هى المساهمة فى رخاء المواطنين اقتصاديا وتحقيق سعادتهم .

لذلك يجب ان تقارن تكلفة هذا التخطيط اقتصاديا وإجتماعيا وبيئيا مع ما يمكن ان يحققه من عائد بصورة دقيقة وواضحة . فاذا كانت النتيجة ايجابية اى زاد العائد عن التكلفة وجب المضي فى التخطيط لانهاؤه والعكس صحيح .

بل أن هذا التحليل يجب أن يتم بشكل يظهر ان العائد المحتمل تحقيقه من التنمية السياحية سيكون أكبر من التنمية فى قطاعات أخرى مثل الزراعة او الصناعة او غيرها . (١) .

## ١١ - المحافظة على الزراعة وتنميتها :

تدل تجارب الدول السابقة فى مضمار التخطيط السياحى على ان تخطيط التنمية السياحية لا يكتب له النجاح الا اذا كان من بين المبادئ التخطيطية الهامة التى يتبناها الحفاظ على الزراعة بل وتنميتها . ولذلك يجب ان ننأى عن التضحية بالاراضى الزراعية الجيدة لصالح المشروعات السياحية من ناحية ، بل ويجب التوسع فى المناطق الخضراء بوجه عام والزراعة الانتاجية الملائمة بوجه خاص داخل وحول مشروعات التنمية السياحية لانها هى التى تحافظ على طبيعه وخصائص الأرض وتضفى عليها جمالا من ناحية أخرى . بل ان الزراعة المتكاملة شاملة الثروة الحيوانية يمكن ان تكون بمثابة عنصر جذب هام فى المناطق السياحية المخططة وتصبح بالتالى مرغبا فلكلوريا للسياحة وشريكا مساويا لها فى التنمية .

ومن المعروف ان السياحة الخضراء بدات تكتسب ارضية كبيرة فى السياحة العالمية بل أن مزارع الاجازات - كما سلف القول - اصبحت نوعا متميزا من اتواع اماكن الإقامة السياحية الصاعدة لما تحققه من مزايا الاستجمام والتغيير وراحة الأعصاب .



---

(١) راجع جوست كريستدورف فى كتابه Les Devoreurs de pavsages

طبعة ١٩٧٧ ص ١٠٢ و ١٠٣ .

## الباب السادس عشر

### التوصيات التخطيطية

أو

### القرار التخطيطي

وهذه هي الخطوة النهائية في التخطيط التي تعتبر في الواقع تلخيصا شاملا لاتجاهات التنمية السياحية وفق القواعد الإرشادية التي يتضمنها التخطيط الاستراتيجي . وهي تقنين أو توثيق لكل الحقائق التي كشف عنها البحث في تفاعلها مع اتجاهات المستقبل التي توضحها طرق التنبؤ العلمية المستخدمة بحيث ينشئ هذا التفاعل وضعاً جديداً هو المستقبل السياحي للدولة ( التخطيط القومي ) أو للأقليم ( في التخطيط الإقليمي ) واستراتيجيات تحقيق هذا المستقبل والتي لا تكون نهائية إلا باشتراك كافة الأجهزة الرسمية ذات الاختصاص والمؤسسات الشعبية فيها .

ويضم هذه التوصيات تقرير مكتوب يجب أن يتصف بالشمول والاكتمال ، وبالموضوعية بالتركيز في الأفكار وعدم الاطناب . ولذلك يكاد يتفق الخبراء المخططون الأمر يكون على أن التقرير النهائي بالتوصيات التخطيطية يجب ألا يتجاوز مائتي صفحة مهما كان حجم التخطيط والا كان من الصعب قراءته وضمه . أما المعلومات والبيانات التي تسند هذه التوصيات وطرق البحث المتبعة وتوليف الشئ في خلاصة فيحسن أن تضمها ملاحق التقرير . ولا شك أنه مما يعين المخططين على التزام هذه الحدود هو أن يتضمن التقرير بالتوصيات رسومات بيانية وجداول توضيحية . وفيما يلي تلخيص لما يمكن أن يتضمنه تقرير التوصيات .

#### ( أ ) التنمية الطبيعية :

- ١ - المناطق المحددة للعبور السياحي .
- ٢ - المناطق المحددة للمقصد السياحي .

#### ( ب ) برنامج التنمية :

- ١ - الاسواق والتسويق .
- ٢ - المعلومات وتوجهاتها .

٣ - الابعاد البيئية والاجتماعية .

٤ - عوامل التنمية والتنظيم .

( ج ) سياسة التنمية والتنظيم .

١ - الجهاز التخطيطي .

٢ - السياسة التخطيطية .

٣ - دور القطاع العام والقطاع الخاص .

٤ - التنسيق للتخطيط الاستراتيجي المستمر .

٥ - التخطيط الحلي ومدى جدوى مشروعاته .

( د ) خطوات التنفيذ واولوياتها :

المقدمة

ويجب ان تتضمن مقدمة تقرير التوصيات كافة النقاط الرئيسية التى تلزم القارئ لكى يعرف الاسباب التى دعت الى التخطيط وكيف تم تنفيذه ، وما هى الجهة التى طلبت اجراءه ، ومداه والاساليب التخطيطية المستخدمة .  
ويكفى ان تعطى هذه النقاط بصورة مركزة لا يشوبها الاطناب .

( ا ) التنمية الطبيعية :

ويشتمل هذا القسم من التقرير على التوصيات الاساسية فيما هو مستحب اجراؤه واين - ليس بالنسبة للمواقع والمشروعات - ولكن من حيث المناطق والموضوعات التى تناسب الاقليم موضوع التخطيط .

ويضم الفصل الاول الفكرة التخطيطية الشاملة وخيطا من مناطق العبور والمقصد السياحيين . ويعتبر ذلك بمثابة اطار عام يبين المناطق ذات المستقبل السياحي المتميز واسباب ذلك . ورغم ان هذا التخطيط استراتيجي قومي او اقليمى، ويجب لذلك عدم الدخول في تفاصيل المواقع ، الا ان تحديد المستقبل السياحي يتوقف الى حد كبير على حدوث تنمية المواقع وفق الخطوات التالية :

١ - ان المناطق التى حددت كمناطق ذات مستقبل سياحي متميز تدرس دراسة اكثر تفصيلا بمشاركة اصحاب المصالح المحلية .

٢ - ان المخططين والمستثمرين يختارون المواقع التى يبين ان لها مستقبلا سياحيا كبيرا مع اخذ العوامل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الاعتبار .

٣ - ان يتم الاتصال بالمستثمرين ( في القطاعين العام والخاص ) للقيام بتنمية عناصر الجذب والخدمات والتسهيلات ووسائل النقل .

٤ - ان توضع دراسة جدوى فردية لكل مشروع بحيث يظهر مدى استعداده لتحقيق اهداف التنمية السياحية العامة وهى زيادة شبايع رغبات العملاء مستخدميه واثابة المستثمرين والمالكين ، وحماية البيئة .

## ١ - مناطق سياحة العبور :

يجب أن يضم التقرير وصفاً لمناطق العبور السياحي ذات المستقبل بناءً على توفر موارد سياحة معينة فيها مع ربطها بباقي أجزاء الإقليم المخطط مع بيان تبريرات ذلك في البحوث وتوليف شتات المعلومات والأفكار التخطيطية والتوصيات . ويجدر أن تغطي كل منطقة وصفاً مستقلاً لأهم عناصر الجذب فيها مع بيان العلاقة بين هذه العناصر والأسواق المصدرة للزائرين أو السائحين جغرافياً وسلوكياً وطرق الاتصال بين هذه المناطق واليها لتحقيق النشاط السياحي العابر .

وفضلاً عن ذلك فإنه يجب تحديد ووصف المواقع ذات الجذب الرئيسي في كل منطقة بصورة عامة سواء أكانت مواقع تتضمن موارد طبيعية أو حضارية ( تاريخية أو أثرية ) أو غير ذلك . ويمكن إضافة تعليقات مختصرة عن كل من هذه العناصر لكي تصلح أساساً للمرحلة اللاحقة من التخطيط وهي مرحلة تضم جدوى مشروعات التنمية . وكذلك التمايق على مشكلات التخطيط الطبيعي والطول المقترحة لهذه المشكلات يجب أن يتضمنه هذا الجزء من التقرير . أما طرق الوصول والسفر إلى هذه المواقع ومنها وبينها فهي جزء هام من أجزاء هذا التقرير كذلك .

## ٢ - مناطق سياحة المقصد :

توصف هذه المناطق وصفاً يتضمن منطق اختيارها كأساس لسياحة المقصد . وتوضيح أفكار المخططين حول هذه المناطق التي توصف عناصرها الطبيعية والحضارية وصفاً يسمح بوضع أفكار متناسقة متكاملة لتنميتها ، وبخاصة مع وصف طرق الوصول إليها ومنها .

أما مجموعات أبنية المشروعات وأنواعها التي يمكن إقامتها في هذه المناطق فإنه يجب تحديد طابعها المعماري ومواقعها الجغرافية وعلاقتها بقاعدة الموارد السياحية المتوفرة في كل منطقة مع العمل الجاد على رفع المستوى المعماري لها .

وإذا لم تكن مراكز الخدمات ذات أهمية كما هو الشأن في سياحة العبور ، إلا أن مواقعها العامة ومشاكل اتصالها بمراكز الجذب السياحي يجب أن تكون محل مناقشة في التقرير .

## ( ب ) برنامج التنمية :

ويضم هذا الجزء من التوصيات التخطيطية كيف ومتى تتم التنمية وبرمجتها زمنياً وليس المقصود هنا تحديد المواقع موضوع التنمية على سبيل التحديد بقدر ما هو وصف عام لضمون التنمية وحلول لمشكلاتها ، فتشمل :

## ١ - الأسواق والتسويق :

تفترض التوصيات المتعلقة بالتنمية الطبيعية سواء سياحة العبور أو سياحة المقصد توفر أسواق معينة . ويتمين أن تتضمن التوصيات ما يبرر هذه الافتراضات

وتحليل خصائصها المختارة بحيث يستطيع مروجو المشروعات الزرع انشاؤها ان يباشروا حملات التسويق المناسبة لهذه الاسواق . وكذلك يتعين بيان الاتجاهات التى تحكم السوق وتستطيع التفاعل مع المناطق المختارة بحيث تبرز مستقبلها السياحى وبخاصة فى خضم المنافسة مع المناطق الاخرى . هذه النقاط وغيرها من عوامل السوق التى تستطيع ان تسبب تغيرات فى التخطيط اذا صار تنفيذه على المستوى المحلى .

وبالجملة فان التوصيات يجب ان تظم فى تركيز كل خصائص الاسواق المختارة وطرق تكامل الجهود التنشيطية فى كل تسويقى واحد يتعامل مع هذه الاسواق بصورة فعالة .

## ٢ - المعلومات وتوجهاتها :

يجب ان تتضمن التوصيات كل الوسائل والاساليب التى تتبع للوصول الى تحقيق تعاون اكبر بين الاجهزة لانتاج معلومات سياحية اكثر فعالية . وهذه المعلومات يجب ان تتعلق بكافة عناصر الجذب السياحى والاسواق المختارة وكيفية تخطيط تنميتها سواء اكانت معلومات عن التحضير للرحلة او اثناء الرحلة او بعد انتمائها ( كاقترناء التذكارات السياحية مثلا ) . ولذلك يتعين تحديد وتصميم ما يلزم من العلامات الارشادية وامكانها وتصميمها .. الخ .

## ٣ - الجوانب الاجتماعية والبيئية :

وهذا الجزء من التقرير يجب ان يتضمن المعلومات الشاملة عن الاقليم ومناطقه المختلفة من ناحية عادات السكان المحليين واتجاهاتهم وآرائهم وتقاليدهم بالنسبة للسياحة واستقبال السائحين ، ويتعين ان تناقش هذه الجوانب بوضوح وصراحة بحيث تظهر المفارقات - ان كانت موجودة - بين الاحتجاج السلبى ومقاومة السياحة ، وبين توفر الترحاب والاستعداد الطيب لاستقبال السائحين . واذا كان ثمة مجال لتغير العادات والتقاليد يسبب هجرات سكانية جديدة الى الاقاليم فان ذلك يجب ان يظهر بوضوح . كذلك يجب تحديد اتجاهات الشعور العام فى الاقليم بالنسبة الى دور القطاع العام والقطاع الخاص فى التنمية السياحية المخططة .

ومن ناحية اخرى فان الحاجة الى حماية البيئة والمحافظة على الموارد السياحية الطبيعية والحضارية واساليب ذلك يجب ان تظهر بوضوح فى التقرير وبخاصة مدى التلاؤم أو التضاد بين استخدامات الارض فى التنمية السياحية وفى الزراعة والتعدين وتنمية الغابات .



#### ٤ - عناصر التنمية الأخرى :

يتعين أن يتعرض التقرير لباقي عناصر التنمية السياحية من ارض متاحة وخصائص ملكيتها وتراخيص وأسعار التصرف فيها ، وطرق الادارة والمعمالة وظروفها والتمويل الداخلى والخارجى . وكذلك يجب ان يعرض التقرير لوجه مساعدات الدولة فى التنمية السياحية سواء بمنح أو قروض منخفضة الفائدة ولمدد طويلة أو بالمساعدات المختلفة أو بالاعفاءات الضريبية لمدد متفاوتة حسب نوع واهمية مشروع التنمية ومكانيته . الخ .

#### ( ج ) سياسة التنمية والتنظيم :

لعل أهم وآخر نتيجة للتخطيط الاستراتيجى القومى أو الاقليمى لا يكمن فى اضافة مشروع جديد يتضمن فنادق وشاليهات وقرى سياحية أو منتزها قوميا أو تنمية موقع تاريخى أو حضارى ، وانما هو ارساء دعائم سياسة جديدة وابداع تنظيم حديث لرفع مستوى السياحة على المستوى القومى أو الاقليمى فما لم تتولى الاجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية القومية أو الاقليمية مسئوليتها كل فى دوره الواضح المحدد له ، فان التنفير الى الافضل يظل مطلباً بعيد المنال .

#### ١ - الجهاز التخطيطى :

من بين التوصيات الواجب ورودها صراحة فى التقرير النهائى للتخطيط رأى المخططين بالنسبة للجهاز الذى يمكنه تبنى وتنفيذ التخطيط السياحى . فان كان هذا الجهاز غير موجود يتعين بيان طريقة إنشائه وهيكله التنظيمى وتوصيف كل دور يقوم به بدقة . واذا كان الجهاز موجودا يتعين تقييمه وبيان نقاط ضعفه وقوته وتقديم التوصيات اللازمة لوضعه فى الموضع المناسب الفعال .

#### ٢ - سياسة التخطيط :

ومع انشاء الجهاز التخطيطى وتوصيفه أو تقييم الجهاز القائم وتقويته يجب تحديد سياسة التنمية السياحية التى تتضمن تحديد الاهداف واساليب تحقيقها . ولعل اول مبدأ من مبادئ السياسة السياحية هو الاعتراف بحق التنقل وحرية السفر كأساس من أسس الحياة الانسانية ، فضلا عن ان مختلف الاهداف الموضوعة تكون اهدافا عامة ثابتة غير مختلف عليها حتى يتعاون على تحقيقها عن طريق اقرار البحث والتعليم والتدريب طرقا لكى يتفهم الجميع الابعاد الحقيقية لهذه السياسة .

ويمكن الاستهداء فى بعض مبادئ هذه السياسة بدراسة قام بها الزميل ترافيس الاستاذ بجامعة بيرمنجهام ببريطانيا لحساب جهاز السياحة الاسكتلندى سنة ١٩٧٤ ، اذ قسم مسؤولية السياسة الى اربعة اقسام رئيسية : السياسة الاقتصادية والسياسة التسويقية والسياسة الطبيعية ( أى سياسة استعمالات الارض ) والتنظيم .

## ٣ - القطاع العام والقطاع الخاص :

يعتبر تحديد دور كل منهما في التنمية السياحية كما يراها المخططون جزءاً أساسياً من اجزاء التقرير النهائي للتخطيط . فإيجاد سبل التعاون والتكامل بين القطاعين لوضع الخطة موضوع التنفيذ هو من أهم دعائم نجاح هذا التخطيط .

## ٤ - التنسيق التخطيطي الاستراتيجي المستمر :

ولا يقف التعاون والتكامل بين القطاعين العام والخاص عند حد التنفيذ بل يجب أن يتعداه الى التعاون والتنسيق بين الجهود لضمان استمرار التخطيط ونجاحه عن طريق تقييم الاداء المستمر ومرافقة نجاح تنفيذ الخطة . وفي هذا المجال فان التقرير يجب ان يبين ذلك وما يجب ان يسود الأجهزة الرسمية المختلفة من تعاون وتكامل وعدم تنافس أو تناحر . وقد يكون من اللازم لتحقيق ذلك تشكيل لجان مشتركة للتنسيق بين الاختصاصات والمسئوليات .

## ٥ - التخطيط المحلي ومدى جدوى مشروعاته :

لما كانت مشروعات التنمية السياحية تأخذ طريقها نحو التنفيذ على المستوى المحلي ، فانه صار توضيح السياسات والحوافز والأنظمة واساليب الرقابة على المستوى القومي والاقليمي فان للنتيجة النهائية هي انشاء طريق رئيسي سريع أو قرية سياحية أو مجموعة فنادق أو حديفة عامة أو منتزه قومي لحماية منطقة طبيعية أو اثرية ... الخ . فالإقليم ليس الا مجموعة من المناطق المحلية ، والدولة ليست الا مجموعة إقاليم . ولذلك يتعين الإشارة بوجه عام الى جدوى انشاء هذه المشروعات في المناطق المختارة دون الدخول في التفاصيل مع افساح المجال لاجراء دراسات جدوى تفصيلية في مرحلة مقبلة بعد اعتماد التخطيط القومي أو الاقليمي وتقرير الاتجاه نحو التنفيذ الفعلي للتخطيط .

## ( د ) خطوات التنفيذ واولوياتها :

ان اهم مشكلة في التخطيط هي وضع الاطار الزمني اللازم واولويات خطوات التنفيذ . فكلما توغل المخططون في المستقبل البعيد كلما ادى ذلك الى اقتراضات وتصورات عديدة ومنغبرات مختلفة لا يكون لديهم سبل الحكم على انجائها . ومن ثم يمكن ان يتخلف تحقيق الخطط الموضوعة لعدم تحقق اسبابها . وفي ذات الوقت اذا كان الاطار الزمني للخطة قصيراً فان التخطيط في هذه الحالة لا يكون الا تردداً للاتجاهات القائمة ولذلك فان الوضع الأمثل هو ان يكون الاطار الزمني للتخطيط متوسطاً لكي يكون هناك مجال لتحسين الأوضاع القائمة في السياحة عن طريق التخطيط . وقد اصطلح على ان يكون هذا الاطار الزمني خمس سنوات على الاكثر .

ولذلك يجب ان يوضح التقرير النهائي الخطوات المختلفة للتنفيذ جغرافياً ونوعياً مع وضع اولويات لذلك سواء من الناحية الزمنية او الادارية او الفنية او الاقتصادية .

## الباب السابع عشر

### التخطيط السياحي الطبيعي

لقد كان التوسع العشوائي للتجمعات السكانية والنمو غير المحدود للمشروعات الصناعية سببا في تدهور قيمة كثير من الموارد السياحية وخلق مشكلات بيئية لا حصر لها في كثير من الدول . وقد أكدت هذه المشاكل حقيقة أساسية وهي أن مستقبل السياحة لا يتوقف على مدى فعالية نشاطات القطاع السياحي فحسب : بل على مدى استجابة التنمية في سائر القطاعات للسياحة ومدى التداخل والتشابك فيما بينها . ولذلك فإن طرق التخطيط الحديث تمكن الدول من مواجهة هذه الجوانب في إطار التنمية الشاملة وتأكيد أن السياحة لا يمكن تخطيطها على انفراد .

وقد دعا ذلك بعض الدول إلى التحقق من أن أول شرط من شروط التنمية السياحية هو صياغة وتبنى خطط شاملة لتشكيل إطار يمكن معه إحراز التقدم في السياحة وغيرها من القطاعات بشكل منظم يسهل التكهن به مقدما .

هذا التخطيط الشامل - في خصوص السياحة - يجب أن يقوم على ثلاثة محاور إلى جانب غيرها .

( أ ) محور التسامح البيئي أي مدى كثافة البناءات الجديدة التي يستطيع اللاند سكيب أو إطار المدينة أن يتحملها .

( ب ) محور الإطار الطبيعي ويقصد به حدود التوسع السياحي المتلائم مع موارد المنطقة أو الأقليم أي الأرض والمياه وغيرها من موارد سياحية .

( ج ) محور الراحة أي حدود الكثافة السياحية بالنسبة إلى الأرض والكثافات السكانية ومدى توافر المساحات الأرضية لتفادي الازدحام وتدهور مستوى الموارد .

وهذه المحاور ليست جامدة وإنما تختلف سعة وضيقا طبقا لمعايير مختلفة في المناطق والأقاليم المختلفة ، فإذا روعيت في إطار التخطيط الشامل للمنطقة أو الإقليم لحماية البيئة دون التضحية بالتنمية السياحية ، فإن مسؤولية صياغتها تنعقد للسلطات المركزية أو الإقليمية أو المحلية المسؤولة عن التخطيط الشامل والتنسيق على المستوى القومي والإقليمي .

وعلى هذا المستوى يجب أن يرسم التخطيط الشامل الإطار الذي يمكن فيه تنفيذ النشاطات الأخرى الاقتصادية والصناعية المكملة للتنمية السياحية بصورة

تتجانس معها بداخله مثل انشاء المطارات وشبكات الطرق السريعة وغير ذلك من المرافق العامة الاقليمية لكي تتجاوب كلها في انسجام تام مع احتياجات الاقليم المختلفة .

وفي مرحلة ثانية تدعو الحاجة الى التخطيط التفصيلي على المستوى المحلي لتحديد استخدامات الارض الثلاثة مع السياحة والنشاطات المنفرعة عنها بالمقابلة للنشاطات العادية لسكان الاقليم .

وتعتبر المساحة المفتوحة المخصصة للنشاطات السياحية والترفيهية العنصر الثالث في الثالوث الاساسي لاستخدامات الاراضي لامكان وجود مجتمعات متكاملة . اما العنصران الآخران فهما اولا المساحات المخصصة للزراعة والصناعة والاجهزة الادارية والنشاطات التجارية وثانيا المساحات المخصصة للمعيشة الانسانية . ويمكن القول انه من الناحية البيئية تعتبر المساحات المخصصة للسياحة والترفيه هي المساحات الهادفة الى المحافظة على الظروف الطبيعية السائدة في الاقليم شاملة المناطق الخضراء والخصائص الطبيعية المتوفرة مثل الانهار والبحيرات والمرتفعات والوديان وغير ذلك ، ومن شأن ذلك كله تحسين مستوى الاقليم طبيعيا والظروف البيئية السائدة .

### استخدام التخطيط الطبيعي للتنمية السياحية :

ظاهر مما تقدم ان الصلة الوثيقة بين السياحة والبيئة تتطلب تخطيطا بيئيا للتنمية السياحية . وبهذه المثابة يعتبر التخطيط الطبيعي اداة فعالة في تحقيق نوع التنمية المنشودة وفي المحافظة على الموارد الطبيعية والمستحدثة بواسطة الانسان . وطالما ان التنمية السياحية تقوم على الخدمات التي تقدمها قطاعات اقتصادية أخرى ، فان التخطيط الطبيعي مطلوب لضمان تنسيق استخدام المساحات بين الاستثمارات في المشروعات السياحية وبين الخدمات والتسهيلات العمرانية القائمة . بمعنى انه يجب ان يكون التخطيط الطبيعي في هذه الحالة صمام امن يضمن عدم تجاوز المشروعات السياحية حدود المتاح او الممكن بالنسبة للمرافق الاساسية المختلفة ( طرق ومياه وقوى محركة وصرف صحي ) والخدمات والتسهيلات العمرانية المختلفة بما فيها الكثافة السكانية في المنطقة حتى لا يكون ذلك سببا في تدهور المرافق وتلك الخدمات والتسهيلات او سببا في انشاء مجتمعات سياحية مصنوعة محرومة من اسباب الحياة العمرانية التي تسندها .

والتخطيط الطبيعي هو عملية مركبة تتطلب استخدام عدة تحليلات وطرق تخطيطية . ولعل تحليل العرض والطلب السياحيين يعتبر اول منطلق لهذه التحليلات اللازمة . وفي مجال هذا التحليل من الناحية السياحية يتضمن العرض اولا وقبل كل شيء الأرض بما لها من خصائص جغرافية وطبوغرافية ومورفولوجية

وايكولوجية ترجح الاستخدام السياحي على غيره فضلا عما بها من منشآت خدمية وتسهيلات ثابتة غير قابلة للنقل ولا للاستبدال . اما !الطلب فيتكون من مختلف الشرائح الاجتماعية والاقتصادية للسائحين مع تباين رغباتهم وتوقعاتهم ودوافعهم ومستحسناتهم ومستوجباتهم ومستوياتهم الاجتماعية . وفي مجال الوصول الى تلاقى وتوازن العرض والطلب يجب الوقوف على مستقبل الحركة السياحية عن طريق وسائل التنبؤ بما تنطوى عليه من نوعية السائح ومدى ما يتاثر به من تسهيلات واسعار وغير ذلك .

اما تحليل العرض فيطلب جرذا عاما لمكونات هذا العرض وتقييما موضوعيا له بنية الوصول الى تحديد مستقبل التنمية السياحية قوميا واقليميا ومحليا . وطريق الوصول الى كل ذلك هو دراسات المسح التي تهدف الى الاحاطة الكاملة بمكونات المنتج السياحي بما يسوده من عناصر جذب طبيعية وحضرارية واجتماعية واقتصادية وغيرها .

وكذلك فانه يتعين عدم الاكتفاء بتحليل عنصرى العرض والطلب في السياحة الدولية الوافدة بل يجب ان يتعدى تحليل العرض والطلب الى السياحة الداخلية واطرها المختلفة لكي يمكن تبرير الاستثمارات فيها . وهنا يجب الوصول الى قرار يتعلق بالسياسة السياحية فيما اذا كانت هذه الاستثمارات السياحية تتسم بالتركيز أو بالانتشار في الاقاليم والمناطق المختلفة ، وفيما اذا كلت تسودها الوحدة او الثنائية بين كل من السياحة الدولية والسياحة الداخلية .

ويضاف الى كل ما تقدم تحديد الاثر الاقتصادى للسياحة كقطاع انتاجى على الدولة ككل او على الاقليم او المنطقة مع مقارنة هذا الاثر الاقتصادى للسياحة مع الآثار الاقتصادية لغير السياحة من قطاعات انتاجية كالصناعة والزراعة والتعدين وغيرها .

اما تحليل الطلب فيتضمن تقدير اعداد السائحين الدوليين المتوقعين واعمارهم ومستواهم الاجتماعى والثقتى والاقتصادى وشرائحهم السلوكية متضمنة دوافعهم للسياحة ومواسم زياراتهم ووقت فراغهم وغير ذلك فضلا عن تحديد رغباتهم وتوقعاتهم ، وما يفضلونه من خدمات وتسهيلات ، وذلك الى جانب تحليل طبيعة وحجم حركة السياحة الداخلية ونوع التسهيلات والخدمات التى تتفق مع القدرات المالية المختلفة للمواطنين وتوقعاتهم ورغباتهم . كل هذا يعتبر هاما ولازما بالنسبة للتخطيط السياحي على المستوى القومى قبل البدء فى تحديد الاهداف ووضع البدائل التخطيطية لصياغة خطة التنمية السياحية الشاملة التى يجب ان توضع كجزء لا يتجزء من خطة التنمية الشاملة فى الدولة . ولان تخطيط التنمية السياحية

على المستويين القومي والاقليمى يجب ان يكون واقعياً ولو اتسم بلطوح ، فان ذلك يجب ان يتم داخل حجم الاستثمارات المخصصة لكل قطاع او نشاط نوعى من الأنشطة الداخلة في خطة التنمية الشاملة للدولة .

وفي اطار الحياة الاجتماعية للاقليم فان السياحة ذاتها نستفيد من التنمية الشاملة للاقليم . وحتى يمكن تعظيم هذه الفائدة وضمان اهدافها النوعية او القطاعية . فان السياحة يجب ان يتم تخطيطها ضمن اطار خطة التنمية الشاملة للاقليم . ومن هنا تبدو اهمية التخطيط الاستراتيجى الاقليمى الذى يجب ان يعطى كافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والطبيعية للاقليم حتى يمكن تحقيق الاهداف المرسومة سلفاً .

ولذلك فان اهميتها القصوى تنبلور في الاستخدام المتكامل لوظائف التنمية للوصول الى أعلى مستويات الفعالية . وقد يتمثل ذلك في اقليم من الاقاليم في ان تكون السياحة هى مجرد عنصر من عناصر التنمية في الاقليم في حين انه بالنسبة لاقليم آخر - وبحكم خصائصه الطبيعية او الحضارية - تكون السياحة هى المحور الرئيسى للتنمية .

وفي كل من الحالتين يتعين الا نهمل مجالات التنمية الأخرى في الاقليم من زراعية وصناعية وغيرها مع ضرورة الفصل الطبعى بين التنمية وبين مختلف هذه القطاعات واعطاء كل منها نصيبها الذى تستحقه من استثمارات الخطة بصورة متكافئة مع اهمية النسبية لتحقيق التنمية الشاملة للاقليم .

ولعل اهمية التخطيط للتنمية السياحية داخل الاقليم تبدو أكثر وضوحاً في ضوء العلاقات المتبادلة بين الوظائف الحضرية والريفية وبين السياحة . فالدور الذى تلعبه المدينة في تنمية السياحة يتوقف على وظائفها الشاملة التى تحددتها الهياكل الاجتماعية والاقتصادية للاقليم الذى تقع فيه هذه المدينة . وفي ذات الوقت فان الموارد السياحية ذات الاهمية الدولية او القومية او الاقليمية او المحلية تولد آثاراً منبأنة على المجتمعات الانسانية ويوجه خاص المدن . ولذلك فانه يتعين من أجل الوصول الى تخطيط سياحي فعال ان تكون هذه التأثيرات المتبادلة محل دراسة كافية وفهم سليم .

والسؤال الرئيسى من وجهة نظر التخطيط الحضرى هو كيف يمكن ادخال قطاع السياحة في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية للمركز الحضرى دون التسبب في انهيار هذه الهياكل او التأثير فيها سلبياً ، ثم كيف - في ذات الوقت - يستفاد من هذا التداخل والتكامل في تقوية وترسيخ القاعدة الاقتصادية للمركز الحضرى . فالهدف اذن هو ادماج النشاطات مع غيرها من النشاطات الحضرية وليس الفصل

بينهم . ويحتاج الأمر لذلك الى تخطيط تفصيلي لاستخدامات الأرض لا تعتبر فيه المراكز السياحية مجرد وحدات خدمية للتنمية السياحية ولكن يجب ان ندخل السياحة كجزء لا يتجزأ من الحياة في تلك المراكز الحضرية أو المدن . ولذلك فإنه يجب تخطيط الوظائف التجارية والصناعية لهذه المراكز الحضرية بصورة تضمن عدم خلق آثار سلبية على البيئة .

وتسرى القواعد السابقة على التنمية الريفية rural development في مواجهة قطاع السياحة باستثناء واحد هو ان مشاكل التخطيط ستكون اقل نظرا لقلّة عدد وظائف القرية أو المركز الريفي . بل ان التطور الجديد في مجال السياحة الخضراء في العشر سنوات الأخيرة يوجب الاعتراف بان المناطق الريفية الخضراء أصبحت هي بذاتها مقوما سياحيا هاما ولذلك أصبح من السهل تخطيط هذه المناطق بصورة تبرز المجال المفتوح للتنمية السياحية دون مشاكل كبيرة .

### **مبادئ التخطيط الطبيعي للتنمية السياحية :**

مضى ظهر من الدراسات التحليلية للطلب والعرض ان الاقليم موضوع الدراسة ذو مستقبل سياحي وان الاتجاهات الحالية لحركة السياحة الدولية أو الداخلية ( أو الاثنين معا ) ترجع تنمية هذا الاقليم سياحيا ، فإنه يجب الدخول في مرحلة أخرى من الدراسات وهي مرحلة جرد الموارد السياحية وتقسيمها . وتهدف هذه الدراسات الى اختيار اهم المراكز التي يمكن تركيز الاستثمارات السياحية فيها داخل الاقليم ، وتحديد القدرات الاستيعابية لهذه المراكز أو المواقع سياحيا . ومما يجب التنويه به في هذا المجال ان عرض الموارد والتسهيلات السياحية تحدده مدى قدرتها على استقبال السائحين وطريقة الوصول إليها لأن ذلك يحدد بالتالي مدى سلامة استخدام هذه الموارد والتسهيلات السياحية في المستقبل .

ومن الطبيعي ان تختلف القدرة الاستيعابية للموارد أو للمقوم السياحي من واحد الى آخر تبعاً لاختلاف الظروف المحلية . ومع ذلك فقد حاول بعض من خبراء السياحة ان يضعوا معدلات لهذه القدرة الاستيعابية للاسترشاد بها ، بل وتبنت بعض الدول السياحية المتقدمة هذه المعدلات . وقد كان القصد من وضع هذه المعدلات حماية الموارد السياحية ومنع تدهورها وكذلك الحفاظ على مستوى جودة التسهيلات والخدمات السياحية (١) . وتعتبر المعدلات الآتية مقبولة سياحيا من بعض خبراء التخطيط السياحي (٢)

(١) راجع ما سيأتي في الباب التاسع عشر عن قواعد تخطيط المعايير الساحلية .

(٢) R.T. Crooks في بحثه عن مشاكل التخطيط الطبيعي القدم لندوة التخطيط الطبيعي

للتنمية السياحية التي انعقدت في نيودلهي بالهند في مارس ١٩٧٢ تحت رعاية اليوتو .

٢٥ مترا مربعا لكل فرد من شاطئ الاستحمام في المصايف المتقدمة .

٤٢. فردا لكل فدان من شاطئ الاستحمام في المصايف المتوسطة .

٤. فردا لكل ميل مربع لركوب الخيل .

شخص واحد وقارب واحد لكل فدان من مياه البحر او البحيرة للتزلق على الماء .

٢٥ فردا لكل ميل مربع من الأرض المقتلة .

٤. فردا لكل ميل مربع من ساحل البحر او شاطئ البحيرة .

وهذه المعدلات يمكن ان تتغير صعودا وهبوطا تبعا للاختلاف الظروف المحلية السائدة . وانما يجب التنبيه الى ان قياس الطلب اليومى يجب أن يتم في مواسم الذروة وليس في مواسم الركود ، ويجب ان يترك مساحات أكثر لاستيعاب الحاجات المتزايدة من الانواع المختلفة من التسهيلات السياحية ، أى ان تكون المعدلات في بداية التنمية أكثر ميلا الى المستوى الأعلى بتخصيص مساحات شاطئية أكبر للفرد سواء اكان ذلك على المحيط او البحر او البحيرة ، ومن أجل ضمان ذلك يلجأ المخططون الى خلق بحيرات صناعية قريبة من البحر لكى تزيد الطاقة الاستيعابية للاقليم او للمركز او المنتجع السياحى .

وفضلا عما تقدم فانه يجب تخطيط البيئة للتنمية السياحية بصورة تقضى على الرئابة التى قد تكون متوفرة في الاقليم طبيعيا . فالتناس يفضلون المناطق التى تتباين تضاريسها ونباتاتها ومختلف التسهيلات المتاحة فيها . وبهذه المناسبة فانه يجب وضع خطط تفصيلية لاستخدامات الاراضى حتى يمكن تزويد الاقليم او المنطقة بما يحتاجه من تسهيلات وخدمات اضافية تضيف الكثير الى عناصر الجذب السياحى ولا تخل بالخصائص البيئية السائدة ولا بالقيم والتقاليد الشعبية .

فقرى ومستعمرات الاجازات ومراكز التخييم على الشواطئ وفي الجبال واماكن الترفيه والملاهى والمتاحف والمقاهى والمطاعم وغيرها من مراكز الخدمات السياحية كمحلات العاديات والسلع التذكارية ، وحمامات السباحة ، ومراكز للثقافة البدنية ، والمراكز التاريخية والاثريه وتلك التى تمثل التراث المعمارى والحضارى في المدن والقرى المختلفة ، ومراكز ممارسة الرياضات المختلفة من ركوب الخيل والصيد وصيد السمك ومحطات خدمة السيارات والجراجات واماكن وقوف السيارات وغيرها كل ذلك يجب ان يتداخل ويندمج في الطبيعة ذاتها بصورة مقبولة للعين .

ويفترض ذلك القيام بعدة مستويات من التخطيط . فالتخطيط الطبيعى للتنمية



الاقليمية يجب ان يكون دائما في اطار خطة اقليمية لاستخدامات الارض ، وفي بعض الاحيان يجب ان يتلو مثل هذه الخطط تخطيط تفصيلي لمنطقة التنمية السياحية أو الموقع حتى يمكن تنسيق الترتيبات السياحية الاضافية مع المرافق الاساسية وضمان عدم تعارضها مع الخصائص القائمة للموقع . ولا شك ان عنصرا هاما من عناصر التخطيط في هذه الحالة العمل على اظهار الخصائص المحلية بوضوح خاصة اذا كانت هذه الخصائص يمكن ان تكون بذاتها عنصر جذب سياحي . فوجود مثل هذه الخصائص البيئية يعطى مزايا للتنمية السياحية اكثر مما يعطيها انشاء متحف ، وذلك في حين ان المتحف يمكن انشاؤه في أى مكان بشكل او بآخر . والامثلة على ذلك كثيرة في دول كثيرة مثل الجنة الكبيرة Grand Paradiso في شمال إيطاليا ، والوادي الكبير G. Canyon في تنيسى بالولايات المتحدة : ومنطقة شامونى بفرنسا . وعادة ما يتم اعلان مثل هذه المناطق كمنتزه قومى او محمية طبيعية .

فالمحافظة على هذه الخصائص الطبيعية القائمة وفي ذات الوقت تزويد المنطقة بالتسهيلات اللازمة لخلق منتجع سياحي متكامل فيها لا يواء السائحين الراغبين في زيارة المنطقة هو اهم وظيفة للتخطيط الطبيعى .

وفي مجال تخطيط وسائل النقل ، فان اهم ما يعنى هذا التخطيط هو ضمان وجود طرق النقل السريعة والامنة بين اماكن التصدير السياحي وبين مناطق التنمية السياحية سواء كنا بصدد سياحة دولية أو سياحة داخلية .

وقد يكون من بين الاعتبارات البيئية الهامة انشاء شبكة طرق ثانوية الى جانب شبكة الطرق الرئيسية لبس فقط لتزويد الاقليم بشبكة اضافية من الطرق، ولكن لاضافة بعد جديد لاعطاء السائحين انطباعات جديدة عن الدولة أو الاقليم عن طريق ضمان التعرف على مناطق جديدة خلفية كالريف في تحركات اقل سرعة من الحركة التى تسود شبكة الطرق الرئيسية . وكثيرا ما تصبح شبكات الطرق الفرعية هذه عناصر جذب سياحي اساسي اذا ما انشئت بصورة تضمن احترام البيئة الطبيعية والحفاظ عليها . وقد يكون من آثار هذه الشبكة الفرعية للطرق تنمية بعض النشاطات الاقتصادية على جوانب هذه الطرق فتؤدى الى انتعاش اقتصادى اكبر للاقليم .

ويجب من ناحية اخرى في تصميم التنمية السياحية لمنطقة ما المحافظة على التناسب بين الانسان والطبيعة والمنشآت وضمان حرية حركته بشكل يجعل الناس يشعرون بانهم يشاركون البيئة الحياء وليسوا خاضعين لها . فالنضوءة في تصميم المنشآت والتسهيلات السياحية في منطقة ما هي كيف يتجانس التعبير المعماري مع طبيعة الموقع وما فيه من آثار تاريخية او حضارية وما يسوده من تضاريس ومناخ ، ومسافة تفصله عن محور التنمية السياحية الرئيسى كبحر أو بحيرة أو نهر أو غير ذلك . وفصلا عن ذلك فان الخطط الاقليمية يجب تنفيذها بحذر لضمان عدم التضادم بين محاور التنمية الاخرى كالصناعة والاسكان وغير ذلك وبين البيئة السياحية لا في الحال ولا في المستقبل .

## الباب الثامن عشر

### التخطيط السياحي الاقليمي

ذهب بعض الخبراء الى تعريف الاقليم region بأنه منطقة جغرافية لها شكل متميز وخصائص مستقلة بالنسبة الى مشكلة او موقف معين وتزبد في الحجم عن مجتمع واحد او سلطة حكومية (١) . ونرى استكمال هذا التعريف من الناحية السياحية بضرورة تميزه بتوفر مورد سياحي او اكثر ، طبيعي او حضاري تصلح كعناصر لتدفق سياحي عليه . وتركز الخطة الاقليمية عادة على تلبية احتياجات الاقليم عن طريق تحديد الاهداف القومية ، وتنسيق العمل في المستويات الحكومية المختلفة ، وترجمة ذلك الى اوضاع مساحية وحركية مخططة لتحقيق التنمية مع قياس آثار كل ذلك على الاقليم عند تنفيذ الخطة .

وفي معظم الاحيان لا يشترط ان تنصب الخطة الاقليمية على منطقة محددة ذات استقلال اداري معين بل يمكن ان تشمل الاقليم على عدة وحدات ادارية او ان يكون جزءا من وحدة ادارية واحدة . بل ان خطة التنمية الاقليمية يجب ان توضع دون ما اعتبار للحدود السياسية او الادارية بين الاقاليم لانه قد يدعو الامر الى اعادة رسم هذه الحدود كنتيجة للتخطيط الاقليمي سواء تعلق ذلك باقليم موحد uniform او اقليم متعرج لتعدد المراكز العمرانية Modal region او اقليم حضري كبير Metropolitan .

وعادة ما تنقسم الدولة الى عدد من الاقاليم التخطيطية بناء على توفّر خصائص اجتماعية واقتصادية وثقافية وفيزيوجرافية معينة كما تم في مصر اذ قسمت الى نمائة اقاليم تخطيطية رئيسية . وهذه الاقاليم الرئيسية يمكن بعد ذلك تقسمها الى اقاليم فرعية subregions عمرانية تتبع في عيدها المراكز العمرانية المتعددة وهو ما يساعد على زيادة فعالية التخطيط ويزيد من فوائد التنسيق بين المجهودات وتسد بفر بعض تكاليف جمع المعلومات اذا ما كن من الممكن اشتراك اكثر من اقليم في ذلك .

(١) انظر هذا التعريف في مؤلف آلان جوبنيل - تخطيط الترويج الخارجى طبعة ١٩٧٦ ص ١٢٧ وما بعدها .

## وظائف الخطة الإقليمية :

المفروض ان تؤدي الخطة الإقليمية أربع وظائف :

- ١ - استشارية لانها تضع اطارا للاهداف اكثر منه برنامجا للعمليات .
- ٢ - تنسيقية لانها تعمل على ترشييد وتكامل بعض الحلول البديلة عن طريق ايجاد قنوات الاتصال بين مختلف الأجهزة مع وصف الدور الذى يقوم به كل جهاز من هذه الأجهزة .
- ٣ - تحديدية اد انها تحدد خط سير العمل عن طريق توضيح العقبات والمحددات واعتماد سياسات محددة للقضاء على هذه العقبات او تخفيف حدتها .
- ٤ - تنموية باعتبارها السبيل لشخص طرق واساليب التنمية وتحديد المواقع والتعريف بمسؤوليات الأجهزة عن اهم مراكز التنمية بما يتضمنه ذلك من طرق الربط بينها .

### Multi-disciplinary approach

### الاتجاه التخطيطى متعدد الجوانب

ويجب ان يسود التخطيط السياحي الاقليمى اتجاه علمى متعدد الجوانب لامكان الاحاطة بكل موجبات التخطيط . ففريق التخطيط يجب ان يشمل بقدر الامكان الاقتصادى والمعمارى ومهندس المرافق ومهندس الطرق والخبر الزراعى وخبر تخطيط الترويج وخبر الاجتماع وخبر علم النفس وخبر الجغرافيا وخبر التسويق السياحي . وعادة يتولى خبر التخطيط السياحي قيادة الفريق بشرط ان يكون من واقع خبراته العلمية والعملية متعدد المواهب والجوانب العلمية . وقد يزيد افراد فريق التخطيط او ينقص حسب الاحوال وحسب حجم الخطة الإقليمية المطلوبة ومدى اتساع الأعمال التخطيطية وتنوعها . واخيرا يتوقف هيكل الخطة ونسجها على الاهداف الموضوعية والمشكلات الفنية التى تواجهها والتكلفة .

### اهداف التخطيط السياحي الاقليمى :

، واذا كان التخطيط السياحي الاقليمى يبتغى بوجه عام رفع مستوى المعيشة ونوعية الحياة فى الاقليم محل التخطيط عن طريق التنمية السياحية التى تساعد على تنشيط الدورة الاقتصادية وانشاء وتحديث وتطوير الصناعات المفيدة والمساعدة لصناعة السياحة وبالتالي تعظيم العائد الاقتصادى الاقليمى والعائدات المالية للمشروعات السياحية المختلفة ، فان الاهداف المحددة للتخطيط السياحي الاقليمى يجب ان تكون كما يلى :

- ١ - رفع مستوى المعيشة للمواطنين وزيادة فرص الراحة المعيشية .

٢ - ارتفاع معدل الفعالية فى التنمية الطبيعية واستخدمات الاراضى والكثافة السكانية .

٣ - استحداث او تقوية روح الشخصية الاقليمية بوضع معدلات جمالية وطرز معمارية تتلاءم مع طبيعة الاقليم والتقاليد السائدة فيه وتعالج تنمية المواقع الطبيعية بروح التوافق والاتزان فى التخيّل المستقبلى .

٤ - المرونة فى التراكيب الحضارية والاوزاع الكثافية السكانية بحيث تسمح للمواقع السكنية بالنمو وبالتغيير دون خروج عن المألوف .

٥ - تحقيق التنمية باقل ضرر ممكن للبيئة الطبيعية والحياة الحيوانية البرية والبحرية والغطاء النباتى .

٦ - الاستخدام الامثل للموارد .

٧ - المشاركة الشعبية .

#### **العوامل المحددة لمواقع المنتجات السياحية :**

تخضع المنتجات السياحية لعدة عوامل تحدد مواقعها فى اطار التخطيط الاقليمى . ويمكن التمييز بين المواقع الاتية :

##### **١ - مواقع الفرض الواحد :**

وهى مواقع محددة بحدود جغرافية لاتصالها بظاهرة طبيعية معينة كشلالات او واد او جبل او باثر تاريخى معين . والامثلة على هذا النوع كثيرة منها شلالات نياجرا بين الولايات المتحدة وكندا ، وشلالات اجوا سوبالبرازيل ، واهرام الجيزة فى مصر .

##### **٢ - مواقع الاغراض المتعددة :**

وهى المواقع التى يمكن تحديدها داخل الاقليم المتميز بخصائص معينة مشمل شواطئ فلوريدا ، والرفيرا الفرنسية ، والليجوريا الايطالية بالنسبة الى الفنلندية . والواحات المصرية ، وجبال الالب السويسرية والى ايطالية بالنسبة الى رياضات الشتاء ، ومنطقة الغابة السوداء بالمانيا الغربية ... الخ .

##### **٣ - مواقع جميع الاغراض :**

وهى المواقع الموجودة باقليم لا تميزه خصائص معينة مثل مناطق الاجازات الخضراء فى فرنسا ، ومناطق الترويح الخارجى فى الولايات المتحدة ، ومنطقة الغابات فى وسط انجلترا ... الخ .

## أولا - المنتجعات الجبلية الصيفية :

وهذه تعتبر من أقدم المنتجعات السياحية في أوروبا . ففي القرن الثامن عشر كان اكتشاف الجبال كالمكان للالتجاع وقضاء الاجازات واحدا من العوامل الأساسية لانتشار ظاهرة سياحة الأغنياء في ذلك الوقت . وقد كان المسافرون في تلك الفترة الزمنية يهتمون بالظواهر الطبيعية مثل الكهوف والكسور والتنبؤات الجبلية والصخور غريبة التركيب والألوان ... الخ ، دون أن يتوغلوا كثيرا في الجبال حتى بدأ مد شبكات الطرق ووسائل الانتقال داخل الجبال في أواخر القرن الثامن عشر ، وحينئذ بدأ انتشار المراكز السياحية الجبلية والتي كانت من مواقع الغرض الواحد مثل ميردى جلاس بالقرب من شاموني بفرنسا ، ومثل كهوف جريند لوالد في سويسرا التي جذبت أوائل السائحين الإنجليز في القرن الثامن عشر . ثم أصبحت هذه المراكز أو المنتجعات السياحية متعددة الأغراض في القرن التاسع عشر حين بدأ استخدام هذه المراكز للسياحة العلاجية إلى جانب الاستجمام وتغيير الهواء ونمط الحياة المعتادة ( مثل منتجع جريزون في سويسرا وكورتينا دامبتسو في إيطاليا ) ثم ظهرت بعد ذلك اهتمامات تسلق الجبال mountaineering التي دعت في بعض الأحيان إلى إنشاء مواقع الغرض الواحد خارج أوروبا وبوجه خاص في جبال الهمالايا وأنديز .

ومع اختلاف المواقع الجبلية سواء كانت مواقع جانبية تنشأ على جوانب الجبال peripheral أو مواقع شريطية linear تنشأ حول طرق الواصلات أو مواقع مستعرضة transverse في الوديان أو مواقع نهائية termini ، فإن نشوءها كان تدريجيا وتبعاً للتطور الحدث في السياحة الدولية وطبقاً لشروط وقواعد معينة أهمها ما يلي :

١ - **ظروف مناخية** وأهمها في هذه الحالة كميات الثلج المتساقط وأوضاع الموقع الجبلي في شهور السنة المختلفة والتي تسمح بفتح الموقع في وقت مبكر . ويعتمد ذلك إلى حد كبير على مدى الارتفاع فضلا عن مدى سطوع الشمس خلال شهور الشتاء . ويفرق بعض الخبراء بين المناخ الالبي alpine ، والمناخ المحيطي oceanic كمناخ المواقع الجبلية في النرويج والبرتغال ، ومناخ البحر الأبيض Mediterranean

٢ - **الطبوغرافيا** وتتضمن توفر عدد كبير من المنحدرات المختلفة slapes لممارسة التزلج على الجليد . أما موقع المنتجع السياحي ذاته فيجب أن يكون مستويا بقدر الامكان . وتنقسم المنتجعات السياحية الجبلية من حيث الطبوغرافيا إلى :-

- ( أ ) منتجعات الوديان valley resorts  
( ب ) منتجعات المنازل الجبلية pass resorts  
( ج ) منتجعات المساحات المفتوحة الجنوبية ledge resorts  
( د ) منتجعات المسطحات المائية high terrace resorts

### ٣ - عوامل اقتصادية وهذه مختلفة أهمها :

- ( أ ) التكلفة والصعوبات الفنية لتزويد الموقع بوسائل النقل .  
( ب ) تكلفة الأرض اللازمة لوضع مختلف المعدات والمباني .  
( ج ) تكلفة العمالة المدربة .  
( د ) تكاليف التشغيل والإدارة .

### ثانياً - المنتجعات الشاطئية :

كانت المنتجعات الشاطئية من أوائل المنتجعات السياحية التي نشأت لممارسة السباحة وحمامات الشمس والاستجمام وممارسة رياضات الشراع واليخوت. وكان الشريط الساحلي الضيق المتاخم للشاطئ هو أول المساحات الجغرافية التي تم تنميتها حضريا في أوروبا حيث نشأت أوليات المنتجعات الشاطئية بجوار الأقاليم الصناعية التي توجد بها طبقة الإثرياء الذين بدأوا عادة قضاء الاجازات السنوية على الشواطئ . ثم ظهرت هذه المنتجعات بعد ذلك في الولايات المتحدة ( كاليفورنيا وجزيرة كوني بجوار نيويورك ثم فلوريدا ) وفي حوض البحر الأبيض ( الجزائر ومصر ولبنان ) وبجوار المدن الكبرى في أمريكا اللاتينية . أما في أفريقيا وآسيا وشواطئ المحيط الباسفيكي فقد ظلت شواطئ ممتدة لمئات الكيلومترات دون تنمية سياحية لفترة طويلة .

ثم تطورت هذه المنتجعات الشاطئية منذ حوالي مائة عام لتصبح مراكز للسياحة النشطة التي تشمل الى جانب الحمامات البحرية والشمسية ممارسة الرياضات المائية aquastic مثل الانزلاق على الماء وركوب الألواح ( السرف ) والغطس والطيران المائي وصيد السمك الى جانب نشاطات العلاج المائي marine cure الذي بدأت مؤسساته تنتشر في أوروبا وأمريكا منذ خمسة عشر عاما. وفي حوض البحر الأبيض بوجه خاص انتشرت أنواع مختلفة من المنتجعات الشاطئية مثل الشواطئ الهلالية crescent shaped المحددة بمنحدرات جبلية منحنية جنوبا ومغطاة بغطاء نباتي - والشواطئ ذات الجيوب coastline coves التي تضفي جمالا على الشاطئ والأرض الخلفية - وشواطئ الليجو وهي التي تعتمد على إنشاء بار ومطعم بحري يبعد عن الشاطئ قليلا ويزود بخدمات وتسهيلات مختلفة لممارسة النشاطات والرياضيات المائية . ولعل خير مثل لهذا النوع ليدو فينسيا بإيطاليا .

## فواعد تخطيط المناطق Area Planning

ويستحيل التخطيط السياحي الاقليمي في واقعه الى تخطيط للمناطق التي يتكون منها الاقليم ، ولذلك فانا نتعرض فيما يلي لخطوات تخطيط المناطق :

١ - التنبؤ بالطلب السياحي المستقبل بما يقوم عليه من دوافع السائحين والنشاطات التي يفضلون القيام بها ، ومستويات الاستخدام ، والخدمات المطلوبة ، ويجب على المخطط ترجمة دراسات الطلب الاقليمي في اتصالها بالظروف المحلية السائدة .

٢ - تحويل الطلب الى احتياجات مساحات الارض المناسبة للنشاطات السياحية المتنبأ بها . وليس من الضروري الالتزام بمعدلات جامدة بقدر ما يلزم من اتباع قواعد ارشادية للمساحة التي تخصص للسائح بما يتناسب مع نوعيته ومستواه وبالكاف الى مستوى الخدمات والتسهيلات السياحية المزمع اقامتها ، وخصائص الموارد السياحية المتاحة وتصور المخطط بالنسبة لحجم الطلب ( عدد الزائرين المتوقع ) مع ضرورة ضمان الجوانب الجمالية والخصوصية في غير ابعاد للاختلاط بين الناس .

٣ - جرد المواقع المتاحة والتسهيلات والاستخدامات الترويحية والسياحية القائمة مع تصور لامكانيات تطويرها في المستقبل على ضوء احتياجات الطلب دون تمييز بين المواقع والتسهيلات التي خططت وتلك التي انشئت تلقائيا دون تخطيط . على انه بالنسبة لهذه الاخيرة فيجب ان يشمل التخطيط كيفية استخدامها استخداما امثل بصورة تتواءم مع التخطيط الموضوع للمنطقة ككل .

فاذا كانت المنطقة بكرا تماما ولم يحدث بها تنمية سابقة كان من اللازم جرد الموارد السياحية الطبيعية والحضرية - ان وجدت - وتصنيف الموارد تبعا لقدرتها على استيعاب الانماط المتباينة من السياحة .

٤ - عقد المقارنة بين الطلب المتنبأ به والعرض المتوفر ، بقصد الوصول الى عقد التوازن بينهما . وكل عجز أو نقص في العرض عن الطلب يمثل حدود اتجاهات التنمية المطلوب تخطيطها . فاذا زاد العرض عن الطلب كان معنى ذلك عدم الحاجة الى تنمية سياحية في المنطقة خلال فترة زمنية معينة يكشف عنها التنبؤ بالطلب .

٥ - تخصيص المساحات الارضية المناسبة للمواقع والتسهيلات التي تم تحديدها وفقا للدراسات الجغرافية والمناخية والطبوغرافية والتسويقية والاقتصادية والسلوكية .

## محتويات الخطة الإقليمية :

يجب أن يتضمن التخطيط الإقليمي أو تخطيط المناطق ما يلي :

### ١ - وصف المنطقة :

( أ ) الخصائص الاجتماعية متضمنة القاعدة السكانية والقاعدة الاقتصادية والظروف الاجتماعية والثقافية وسائر العوامل المؤثرة في طريقة الحياة .

( ب ) التنمية الطبيعية متضمنة التنمية السياحية والترويحية والانشاءات الأخرى وطرق المواصلات وغير ذلك .

( ج ) التنمية الطبيعية متضمنة التنمية السياحية والترويحية والانشاءات الأخرى وطرق المواصلات وغير ذلك .

### ٢ - وضع الأهداف العامة لتخطيط المنطقة :

وتعكس هذه الأهداف الاحتياجات الترويحية والسياحية للسكان المحليين ولسائر مواطني الدولة وغيرهم من السائحين المحتملين ، ومدى استعداد الموارد القائمة لاشباع تلك الاحتياجات . ويجب ان تكون هذه الأهداف عامة بحيث تسمح بشمول فرص مختلفة للتنمية السياحية .

### ٣ - خطة التنمية تتضمن :

( أ ) خريطة المنطقة موضحا عليها أنواع المواقع واماكنها .

( ب ) وصف المواقع بدقة وتفصيل .

( ج ) وصف شبكة الاتصالات بما فيها من طرق برية وبحرية وطرق نقل .

( د ) رسم بياني يوضح للعلاقات بين مختلف المواقع المصطلح على تسميتها للعلاقات الوظيفية .

( هـ ) جدول أولويات التنمية .

( و ) برنامج الحصول على الأرض اللازمة للتنمية المخططة وحماية بعض استخدامات الأراضي .

( ز ) إعادة تقييم الخطة على فترات لتحديد المتغيرات الاجتماعية والحضرية والبيئية وعمل التصحيحات اللازمة في استراتيجيات التنمية لماكن مواكبة المشاكل المالية والبشرية .

### ٤ - تبريرات الأعمال التخطيطية :

( أ ) دراسات الطالب - يجب تفسير دراسات الطلب الإقليمي في اتصالها بالاحتياجات المنطقة .



- (ب) قياس درجة المساهمة السكانية والرسمية في المنطقة .
- (ج) ملاحظة ورصد السلوكيات على المواقع .
- (د) تحديد الأوضاع السلوكية المتوقعة .
- (هـ) اعتبارات الإدارة كما يؤثر عليها التخطيط .
- (و) التنسيق مع الخطط الإقليمية الأخرى .

#### ٥ - محددات الخططة :

- (١) المعلومات الاجتماعية والاقتصادية الأخرى المطلوبة .
- (ب) الحدود الطبيعية والإيكولوجية لقاعدة الموارد المتاحة .
- (ج) الاساليب المتاحة للتغلب على المحددات أو التخفيف من حدتها .

#### ٦ - سلطة التخطيط :

- (١) التشريعات المؤثرة على عملية التخطيط بأنواعها المختلفة .
- (ب) السياسات الإدارية للأجهزة المختلفة التي لها اتصال بالتخطيط .
- (ج) الصحة العامة .



## الباب التاسع عشر

### تخطيط المراكز أو المنتجعات السياحية

تعريف :

يمكن تعريف المركز أو المنتجع السياحي بأنه وحدة جغرافية محددة أو مساحة أرضية معينة تتجمع فيها مرغبات وعناصر جذب سياحية طبيعية أو حضارية ، وقد يسودها مرغّب سياحي واحد ، وتتوفر فيها خدمات متعددة من مرافق أساسية وأنشاءات وخدمات ترفيهية ورياضية تستند إليها تنمية مستقرة . وتتميز هذه بأن الدخل السياحي المباشر وغير المباشر فيها يلعب دورا حيويا في اقتصادياتها بحيث يعتبر دعامة لوجودها وتطورها .

وقد يكون المرغّب الطبيعي الرئيسي هو المحيط أو البحر أو بحيرة كبيرة أو نهر كبير أو جبل أو عين مياه معدنية أو كبريتية أو منظر طبيعي فريد أو منشأ حديث ضخم كسد هوفر في الولايات المتحدة والسد العالي في مصر أو مركز تاريخي أو أثرى .. الخ (١) .

ومن أمثلة ذلك منطقة البحيرات في شمال إنجلترا اذ تعتبر مركزا سياحيا قائما على الجمال الطبيعي لعدة بحيرات وتلال ، وتوريويلنوس بجنوب اسبانيا مركز سياحي قائم على المناخ المعتدل صيفا والدفء في الشتاء ومتاخمته للبحر ويتميز بوجود انشاءات سياحية ضخمة ومتعددة المستويات وفينسيا بإيطاليا مركز سياحي يقوم على خصبة فريدة وهي بناء منازلها على البحر الذي يتغلغل المدينة ويجعل معظم شوارعها مياه تربط بين مناطقها الجندولات فضلا عن تميزها بالطابع المعماري الفريد للقرنين الثالث والرابع عشر ، ومنطقة أفيمور باسكتلند هي مركز سياحي يقوم على توفر جبال منطاة بالتلوج تسمح بالتزحلق شتاء ( نصف العام تقريبا ) ووديان تسمح بالصيد فضلا عن ملاعب الجولف المتميزة غير بعيد عنها ، وغير ذلك . ومن المنطقي ان البنية الفوقية والخدمات يجب ان تتدمج في اطار متجانس مع الطبيعة أو المرغّب السياحي الرئيسي ولذلك فانه في تصميم الانشاءات ومراكز الخدمات يجب الابتعاد بقدر الامكان عن الأبنية العالمية المتعددة الطبقات حتى لانفسد الجمال الطبيعي أو الحضاري للمنطقة .

(١) ولذلك يمكن تقسيم المراكز السياحية او المنتجعات السياحية الى منتجعات شاطئية ومنتجعات جبلية ومنتجعات استشفائية ومنتجعات الترفيه والرياضة .

## الفصل الأول

### مراحل تخطيط المراكز السياحية

#### أولا - تحليل تفصيلي لعناصر السكنى Habitat

- ١ - التعريف الكامل بالحدود الجغرافية والتقسيمات السياسية والإدارية .
- ٢ - تحليل الطبوغرافيا ومكونات التربة والجيولوجيا الأرضية وتحديد ما عسى أن يوجد من محددات طبيعية كالتقالبية للزلازل ، والمستنقعات وإمكانية حدوث سيول .. الخ .
- ٣ - تحليل الموارد المائية بما في ذلك المياه الجوفية ومدى ملاءمتها للشرب والمدة التي يمكن أن تخدم الاستهلاك فيها .
- ٤ - المناخ متضمنا الرطوبة والضغط الجوي وساعات اشراق الشمس خلال السنة وإى محددات أخرى كهبوب الرياح ( النوات ) والعواصف الرملية وغيرها .
- ٥ - تحليل الحياة الحيوانية والنباتية والحشرات مع تحديد أية تهديدات من الحشرات الناقلة للأمراض كالذبذب والبموض ، والزواحف في الأرض ، والأسماك المفترسة كالقرش والباراكودا وقناديل البحر السامة وغير ذلك في البحر .
- ٦ - تحليل إمكانات الاستحمام بالنسبة للمراكز الشاطئية بما في ذلك حركات المد والجزر في البحر وارتفاع الأمواج ومدى تدرج الشاطئ نحو المياه العميقة ، والرمال المتحركة أن وجدت ، ومدى تلوث الشاطئ ومياه البحر ، ومدى نحر الشاطئ ، ومدى تعدد النوات على مدار السنة ومواسمها .

#### Land ownership

#### ثانيا - تحليل ملكيات الأرض

ويتضمن ذلك التعرف بصورة تفصيلية على نوع ملكية الأرض وهل هي مملوكة للدولة أو مملوكة للهيئات والأفراد ملكية خاصة وما مصدر الملكية في هذه الحالة وهل هو الميراث أو الشراء أو التقادم المكسب ( وضع اليد ) وهل الملكية في هذه الحالة تامة أو تقتصر على حق الانتفاع لمدة معينة .. الخ .

#### Regulatory Aspects

#### ثالثا - المجالات التنظيمية

يجب إصدار التشريعات أو القرارات اللازمة حسب الأحوال قبل البدء في التنمية السياحية بوجه عام لتغطية المجالات التالية :

- ١ - مدى ملاءمة الانشاءات للبيئة ، مثل استخدام أساليب البناء التقليدية أو سابقة التجهيز ومواد البناء المتوفرة محليا .

- ٢ - زرع الأشجار والنباتات والزهور في مناطق معينة بكميات معينة بما يتناسب مع تكلفة المشروع ومساحة الأرض ، وما يلزم اتخاذه من اجراءات لضمان العناية بهذه النباتات والأشجار مستقبلا .
- ٣ - اجراءات الترميم اللازمة للأبنية القديمة والمحافظة على التراث الحضارى ان كان لذلك محل .
- ٤ - تنظيم الصيد والمحافظة على الحياة الحيوانية البرية والبحرية .
- ٥ - الاجراءات اللازمة للتحكم في الضوضاء والمحافظة على نظافة المركز السياحى وضمان حسن السلوك العام .
- ٦ - تحديد الاسعار وضمان المستوى اللائق لخدمات الإقامة السياحية والإغذية والمشروبات وكفالة مستوى عال للنظافة .
- ٧ - ما يلزم نحو تنظيم اعمال الصيانة والتجديد والإحلال لإنشاءات ومعدات وتجهيزات المركز السياحى ، وتحديد الحقوق والواجبات المتبادلة بين ادارة المركز السياحى والمستفيدين من تسهلاته وخدماته بكل التفاصيل الممكنة حتى بالنسبة لحق مالكي الوحدات في دهان وحدانهم من الخارج أو تغطية البناء .. الخ .

#### رابعا - متطلبات التقسيم Zoning requirements

يجب ان تبين خطة استخدامات الأرض ما يلى :

- ١ - طرق الاتصال بين اجزاء المركز السياحى بالطرق المختلفة الاتساع والوظيفة وطريقة سير حركة المرور بداخله .
- ٢ - المناطق المحتجزة للفنادق والشقق والفيلات المخصصة للعائلات .
- ٣ - المناطق المحددة للنشاطات الترفيهية كالسباحة وركوب الخيل والتنس والجولف ومدينة ملاهى الأطفال وغير ذلك .
- ٤ - المناطق المحددة للخدمات العامة كمحطة الكهرباء والصرف الصحى ومستودعات الوقود وخزانات المياه الارضية والعالية وغير ذلك .
- ٥ - المناطق المخصصة للاماكن العامة مثل مباني ادارة المركز السياحى والمسجد والمكتبة والسرح والمناطق الخضراء .
- ٦ - تنظيم الكثافات البنائية والسكانية ، ومنع اجراء تعديلات في المباني بالمخالفة لهذه الكثافات كتحويل الفيلات الى عمارات .
- ٧ - تزويد كل المناطق التى يتكون منها المركز او المنتجع السياحى بالمرافق العامة والخدمات المختلفة .

### خامسا - متطلبات الإقامة Accomodation requirements

ان الميزج بين محال الإقامة المختلفة التى يجب توفرها فى المركز أو المنتجع السياحى يجب تقريره فى ضوء الطلب كما تفصح عنه دراسات السوق .

- كم شخصا تتوقع وجودهم فى المركز السياحى ؟ وكم يدفع كل منهم فى اليوم ؟
- ما هى نسبة السياحة الدولية الى السياحة الداخلية ؟
- ما هو تقسيم هؤلاء بين السائحين الافراد وسائحي المجموعات ؟
- ما هو متوسط مدة الإقامة بالنسبة لكل من نوعى السياحة ؟
- ما هى نسبة كل من يريد منهم :

- فنادق كاملة الخدمات وما هو المستوى المطلوب ( ٥ نجوم أو ٤ نجوم الخ ) .
- شقق فندقية .
- شقق مفروشة وشقق عادية .
- بنسيونات عائلية .
- كبائن وشاليهات .
- فيلات .

— ما هو التصميم الأكثر ملاءمة لاتجاهات الطلب ولا يتصادم مع البيئة ؟

— ما هى اقتصاديات كل مكون من مكونات المشروع ؟

— كم عدد مالكي الفيلات والشقق وكم عدد الاشخاص فى كل عائلة ؟

### سادسا - الخدمات الاخرى فى المركز السياحى Other services

ويسير جنباً الى جنب مع تنمية عناصر الإقامة فى المركز السياحى خدمات اخرى ضرورية لاستقرار الحياة فيه وهى :

- المطاعم .
- محلات خلاقة للرجال وكوافير للسيدات .
- الملاهى .
- محلات لبيع ادوات الشاطئ .
- المقاهى .
- مسرح وسينما .
- محلات تجارية مختلفة .
- نشاطات قضاء اوقات الفراغ .
- مطافى .
- بنك .
- مدرسة أن كانت هناك اقامة كاملة
- شركة سياحة وطيّران .
- نقطة شرطة .
- طوال العام .

## سابعا - متطلبات العمالة Labour requirements

يمكن احتساب حجم العمالة المطلوبة للمركز السياحي من الرجال والسيدات كنتيجة لدراسة الطلب السياحي وامكان الإقامة التي يتعين تشييدها والخدمات المساعدة المتوقعة وكافة النشاطات السياحية الأخرى التي يجب تنميتها في المركز السياحي .

وتقدير العمالة اللازمة يؤدي بالتالى الى ضرورة تقدير عدد الوحدات اللازمة لاقامتهم والمسافات التي تفصل بينها وبين المركز السياحي ومختلف الخدمات الواجب توفرها لهم .

ويجب ان تسير اجراءات الاختيار للعاملين للازمين جنباً الى جنب مع التدريب المهني لتوفير الاعداد المطلوبة من المهن الآتية على سبيل المثال لا الحصر :

### للنشاطات الأخرى بالمركز السياحي

— مدير عام المركز السياحي وموظفو الإدارة .

— مدير امن المركز والعاملون معه .

— مراقبو الالعاب والنشاطات الترفيهية والرياضية .

— مراقبو اعمال الحدائق .

— رئيس وعمال الصيانة .

— مدربون .

— مديرو وموظفو المحال التجارية المختلفة .

— مهندسون وعمال صيانة بمختلف تخصصاتهم .

### للفنادق

— مدير الفنادق

— رؤساء اقسام وموظفون

● مكاتب امامية

● اغذية ومشروبات

● الاشراف الداخلى

● المخازن والمشتريات

● البيع

● المطابخ والمطاعم

— محاسبون

— سكرتيريون

— مترجمون

— موظفو امن

### Cost-benefit analysis

### ثامنا - تحليل التكلفة والربح

يجب اجراء دراسة لتحليل التكلفة والربح بالنسبة لكافة مكونات المركز او المنتج السياحي .

<b>الدخل</b>	<b>التكلفة الرأسمالية</b>	<b>تكاليف التشغيل :</b>
<b>الحكومة :</b>	- الاعانات	- فوائد القروض
الضرائب	المنح الحكومية	الخارجية والداخلية
<b>القطاع الخاص :</b>	- المرافق الأساسية	- مصاريف التشغيل
كافة إيرادات	- الاستثمارات في	
مكونات المشروع بما يتفق	البنية الفوقية	
مع طريقة التنمية	بمختلف مكوناتها	
والتشغيل		

ويمكن استخدام طريقة التدفق النقدي المخصوم وشبكات القرارات لتقييم مختلف البدائل .

### تاسعا - التمويل Financing or Funding

- ان التمويل اللازم لإنشاء المركز السياحي يمكن ان يكون من طريق رأس المال المكتتب فيه بالإضافة الى قروض باحدى الطرق الآتية أو أكثر حسب الاحوال :
- البنك الدولي اذا كان المشروع يقوم به احد الاشخاص الاعتبارية العامة .
  - البنوك الدولية الاقليمية كبنك التنمية الافريقى .
  - قروض التصدير من الدول الصناعية الكبرى .
  - قروض من برنامج المعونة الامريكية او برامج المعونة لدول اخرى .
  - قروض من البنوك المحلية .

ويمكن الاستعانة بطرق أخرى للمساعدة في الدراسات اللازمة للمشروع عن طريق برنامج التنمية للأمم المتحدة ومنظمة السياحة العالمية واللجنة الاقتصادية الافريقية وغيرها .



## الفصل الثانى

### الاتجاهات التخطيطية فى استخدامات

### اراضى المراكز السياحية الشاطئية

تختلف اتجاهات التخطيط الطبيعى للمراكز السياحية الشاطئية بحسب اختلاف المواقع المراد تخطيطها من حيث طبوغرافية الأرض وامتدادات واجهاتها البحرية ووجود او عدم وجود بحيرات داخلية قريبة من البحر ، والعمق الداخلى للأرض ، ووجود او عدم وجود مجتمعات سكانية فوق تلك المواقع .. الى غير ذلك من عوامل طبيعية وبشرية وغيرها . ولا شك ان المساحات الارضية الصالحة لانشاء مراكز او منتجعات سياحية يجب ان تتميز بخصائص أخرى معينة منها المناخ المعتدل ، ونظافة مياه البحر وعدم تلوثها ، واتساع عمق الشاطئ الرملى ، وقربها من شبكات الطرق وخدمات المرافق الاساسية ، وبعددها عن المراكز الصناعية الضخمة او حقول البترول او المفاعلات النووية .. الخ .

غير ان هناك ثلاثة اتجاهات رئيسية لتخطيط استخدامات الأرض فى المراكز

السياحية الشاطئية وهى :

( ١ ) الاتجاه الشريطى .

( ب ) الاتجاه الشبكى .

( ج ) الاتجاه المركزى .

ونتكلم عن كل من هذه الاتجاهات فيما يلى :

#### أولاً - الاتجاه الشريطى Linear Approach

ويعنى ان ينصب تخطيط التنمية السياحية على الشريط الساحلى الذى يمتد موازياً للبحر بحيث تمتد الوحدات السياحية على واجهة بحرية عريضة مع امتدادات بسيطة للعمق الداخلى متضمنة مناطق مفتوحة للنشاطات الترفيهية بحيث تشكل الوحدات السياحية نماذج متكررة على طول الشاطئ . وتقع المراكز التجارية والخدمية المختلفة عادة الى الداخل من المنطقة الرئيسية للتنمية . ويراعى فى مثل هذا الاتجاه التخطيطى الطبيعى انه رغم تكرار نماذج الوحدات السياحية على طول الشاطئ فانه يجب الا تشوب الرتابة والتطابق هذا التكرار بل يجب ان يختلف التصميم المعمارى لمنشآت الوحدات السياحية بشكل جذاب مريح للعين .

ومزايا هذا النوع من التخطيط الطبيعى ما يلى :

١ - تخفيف مشاكل التنمية القانونية والعملية واستخدامات الاراضى الى الحد الأدنى .

٢ - ضمان التجانس بين وحدات التنمية السياحية والأرض .

٣ - سهولة التنفيذ .



اما مثالب هذا النوع من التخطيط فهي كثيرة منها :

- ١ - التكاليف المرتفعة للمرافق الاساسية .
- ٢ - الاعتماد الزائد على وسائل المواصلات الخاصة وما يترتب على ذلك من ازدحام وتلوث وكذلك تكلفة زائدة للمواصلات العامة .
- ٣ - صعوبة الوصول من وحدات الاقامة السياحية الى مراكز الخدمات التجارية والادارية لبعيد المسافات .
- ٤ - عدم المرونة فيما يتعلق بقبالية المراكز للنمو في المستقبل تبعا لزيادة الطلب .
- ٥ - استغلال الموارد الطبيعية الرئيسية للمركز السياحي بواسطة عدد صغير من السائحين واستبعاد قطاعات كبيرة من السياحة الداخلية والخارجية .
- ٦ - تخلف التأثير الايجابي على اقتصاديات الارض الخلفية للشريط الساحلي محل التنمية .

#### ثانيا - الاتجاه الشبكي Web or Met Approach

وهو شكل من اشكال التنمية يتطور في شبكة من المناطق الحضرية التي تربط بين الشريط الساحلي السياحي وبين المستوطنات السياحية المختلفة ومراكز الخدمات التجارية والادارية بحيث تسمح بالحفاظ على مناطق مفتوحة على الشاطئ وبالداخل تستغل كمناطق خضراء تزيد من جمال وقيمة المركز فضلا عن اشتغالها على كثير من النشاطات الترفيهية .

وهذا الشكل العنكبوتي للتنمية يسير تبعا لخط سير الشبكة الرئيسية للمرافق الاساسية وبالتالي يوفر من تكلفة هذه المرافق . وبهذا تصف التنمية بالمرونة وامكانية التكيف تبعا للتغيرات المستقبلية في الطلب السياحي وتبعا للتغيرات التكنولوجية الطارئة على المرافق الاساسية . فضلا عن ذلك فان هذا النوع من التخطيط الطبيعي يسمح للزائرين اليوميين بالوصول الى الشاطئ في سهولة دون يسبب ذلك ازعاجا للمقيمين بالمنتجع السياحي .

ومزايا هذا النوع من التخطيط كما يلي :

- ١ - مرونة الطابع الطبيعي Physical Pattern والذي يسمح بالنمو المتزايد للطاقة الاستيعابية للمنطقة العمرانية تبعا للطرق والممرات التي يسجلها تصميم الشبكة الرئيسية للمرافق الرئيسية .
- ٢ - تؤدي الى التأثير الايجابي على الارض الخلفية بتعميرها حيث ان الشريط الساحلي يرتبط بالمستوطنات السكانية القائمة او التي يجب نشوؤها وفقا للتخطيط العام .
- ٣ - يسمح بدرجة كبيرة من التنوع والتباين بين المناطق المبنية والمناطق المفتوحة تبعا للشكل غير الرتيب للتنمية الذي يسمح به التخطيط الشبكي وبالتالي يؤدي الى درجة كافية من الشخصية الجمالية لكل من الوحدات السياحية المنشأة داخل المركز السياحي .

٤ - ضمان اتصال اكبر بين المراكز العمرانية والمراكز التجارية والاعتماد على وسائل نقل لا تؤدي الى تلوث مثل السيارات الكهربائية والصغيرة او العلفف . . الخ .

اما عيوب هذا النوع من التخطيط فهي :

( ١ ) اثاره بعض المشاكل بالنسبة لاستخدامات الارض وتخصيص الموارد حيث ان التحديد في مثل هذه الحالة يكون مشوبا بالرأى الشخصى اكثر من المعيار الموضوعى مما يسمح للسياسة بالتدخل في التخطيط .

( ب ) مشكلات ادارية تؤدي الى تعطيل التنمية لاسباب الموضحة فيما سبق .

### ثالثا - الاتجاه المتمركز : Poli-Nuclear

ويحصل في عدة تجمعات سكانية ونشاطات اقتصادية تنتشر بطريقة غير منتظمة تسمح بترك مساحات شاطئية ومن الارض الخلفية خالية دون انشاءات عمرانية . وبذلك يمكن انشاء عدد من المراكز داخل المنطقة يختلف عددها تبعاً لمساحتها ( طاقتها الاستيعابية ) في اطار الخطة الاقليمية الموضوعية التى تعتمد على ايجاد نقطة تلاقى بين العرض والطب الحال ويسمح بالتوسع في المستقبل .

وبلاحظ في هذا الاتجاه ان الاتصال بين المراكز الحضرية والمراكز التجارية والمراكز الترويحية اتصال مرن فضفاض لا يتسم بالتحديد الكامل . ويعتبر ذلك نتيجة امر هام في هذا الاتجاه المتمركز وهو ضرورة فصل وحماية مراكز النشاطات الترويحية عن المراكز الحضرية والمراكز التجارية اى ان يكون لكل من هذه المراكز مجاله الخاص .

ومزايا هذا النوع من التخطيط هي :

- ١ - اقل تكلفة للمرافق الاساسية .
- ٢ - استخدام اقل لوسائل النقل داخل حدود المراكز الحضرية او التجارية .
- ٣ - التأثير الايجابى على الارض الخلفية للشريط الساحلى اكبر منه في حالة الاتجاه التخطيطى الشريطى .
- ٤ - مشكلات ادارية .

اما مثالب هذا النوع من التخطيط فهي :

- ١ - يتطلب تنفيذ التخطيط اتخاذ خطوات تشريعية وإدارية كثيرة .
- ٢ - يجب حماية المناطق المفتوحة من الاعتداء عليها بالتوسع العمرانى وهوما يتطلب وضع سياسة حازمة لاستخدامات الاراضى ، والا ترتب على عدم الحزم في تنفيذ ورقانة التخطيط في المستقبل ان تتطور شكل التخطيط ليصبح شريطيا أو شبكيا في الوقت الذى صممت فيه المرافق الاساسية على أساس الاتجاه المتمركز وهو ما يؤدي الى التدهور .
- ٣ - يتطلب وسائل اتصال بين المراكز بعضها البعض وبين اى مركز والشاطئ الامر الذى قد يكون صعبا ومكلفا في بعض الاحوال .

## الفصل الثالث

### تخطيط الموقع Site Planning

يتطور تخطيط المركز أو المنتج السياحي الى خطة لتنمية الموقع وتتضمن مكونات التسهيلات المراد خلقها ومواقعها بالنسبة لبعضها البعض . والموقع المراد تخطيطه يمكن أن يكون مرافق ترفيهيا ( مارينا ) مثل بورت كانتاوى بسوسة تونس او مخيما أو قرية اجازات ... الخ .

ولذلك يجب أن تتضمن خطة الموقع ما يلي :

- ١ - خريطة الموقع والتي تبين موقع ونوع كل مكونات التسهيلات السياحية بالموقع كوحدة الفندق والمخيم والتسهيلات المساعدة فضلا عن المرافق العامة والخدمات الأخرى ( كطرق والشبكات المختلفة للمياه وللوقى الحركة وللصرف الصحي والاتصالات والعلامات الإرشادية ... الخ ) .
  - ٢ - تقرير وصفي يتناول بالتحليل الموارد الرئيسية للموقع وعناصر الجذب السياحية فيه مع مكونات وشرائح الطلب المتوقع على خدماته .
  - ٣ - خطة عامة للتنمية الى نهايتها مع التكلفة التقديرية لكل مرحلة من مراحل التنمية .
  - ٤ - خطط الإنشاء التفصيلية متضمنة طرق التشييد ومواصفات مواد البناء المستخدمة ، فضلا عن نقاط المراجعة الراسية والأفقية .
- وبهذا يتضمن تخطيط الموقع ثلاث مراحل هي : - برنامج عمل خطط تصميم تفصيلي للمباني والإنشاءات .

فتخطيط الموقع يولد مع خطة المركز السياحي ، وهو تفصيل لها بالنسبة الى موقع معين او مواقع معينة تم اختيارها بالفعل بناء على اعتبارات تفضيلية معينة اهمها طرق الوصول الى الموقع ومكانته بالنسبة لحركة المرور والخدمات المدنية والعمرانية المختلفة وبالنسبة لمراكز تجميع الطلب السياحي ثم طبائع السلوكيات المتوقعة (١) وعلى سبيل المثال اذا اردت اختيار موقع لاقامة مخيم سياحي بسيناء وكان المتوقع هو أن يكرر نزلاء هذا المخيم زياراتهم لمختلف عناصر الجذب المحطة بهم مثل دير سانت كاترين وجبل موسى ومتحف الهواء الطلق بمنطقة المنارة ونقوش وآثار سرباط الخادم وكذلك النشاطات الترويحية كالاستحمام في البحر والنظس تحت الماء ، فان المخيم يجب أن ينشأ في مركز متوسط بالنسبة لهذه الموارد الجاذبة وفي ذات الوقت أن يكون الموقع سهل الوصول اليه من مختلف نقاط تصدير

(١) راجع الان جوبنغيل - تخطيط الترويج الخارجي طبعة ١٩٧٦ ص ١٤١ وما بعدها .

السائحين بأن يكون في ملتقى طرق رئيسة ، فضلا عما يجب أن يؤديه المخيم من خدمات متعددة للزئيل . ويمكن أن تتركز النشاطات المساعدة في المخيم في أوجه التسلية الليلية كمعرض مسرحية وموسيقية وعشاء راقص ... الخ . طالما أن النزلاء سيقضون أوقافا طويلة في الرحلات إلى مناطق الجذب السياحي المحيطة .

وبعد الانتهاء من وضع برنامج تنمية الموقع ، يجب أن يتم رسم الخريطة العامة للموقع وتوقيع كل ما يلزم من مكونات المشروع وخدماته وتسهيلاته عليها بحيث يكمل كل منها الآخر بصورة تخرج منه برنامجا متكاملًا .

ويمكن تفصيل مكونات هذا التخطيط على النحو التالي :

١ - اختيار الموقع بما يشمله من ملاءمة الموقع بصورة ابتدائية وجدوى الموقع بصورة نهائية .

٢ - خطة الموقع وتنقسم إلى :

(١) الرسم المبدئي مبينا قائمة التسهيلات المطلوبة والمواقع النسبية لهذه التسهيلات وطرق التنقل .

(ب) تحقيق الانسجام بين برنامج الموقع وبين طبيعة الامتداد الأرضي .

(ج) التنسيق مع المواقع المجاورة .

٣ - تصميم الموقع ويشمل :

(١) تحليل خصائص الامتداد الأرضي (الاند سكيب ) .

(ب) تحقيق الانسجام بين برنامج الموقع والامتداد الأرضي .

(ج) التصميم المعماري للوحدات المختلفة للمشروع .

٤ - المراجعة النهائية وتتضمن :

(١) وضع الخطة النهائية بعد المراجعة والتصحيح .

(ب) الموافقات .

(ج) الرقابة الدورية .

**اختيار الموقع (مدى ملاءمة الموارد) :**

وهذه خطوة هامة في التخطيط لأن كل مورد يجب تقييمه من ناحية مدى ملاءمته للبرنامج المتكامل للموقع السياحي . ولذلك فانه في المرحلة الابتدائية لاختيار الموقع يجب أن توضع قائمة تضم عدة مواقع ببادلية مع خصائص كل منها في إطار المنطقة المختارة لكي يتم اختيار الموقعين أو الثلاث الأكثر ملاءمة حتى يتم اختيار احدها اختيارا نهائيا . وهذا الاختيار الابتدائي يتم على أساس نظام تقييم يقوم على نقاط ترجيحية يدخل فيها الخصائص المميزة للموارد السياحية المحيطة والتي كانت أساس اختيار الموقع العام أو المنطقة .

## نظام التقييم :

ونظام التقييم المقترح للحكم على مدى ملائمة الموارد يمكن وضعه من ثلاث مراحل :

### ١ - تحديد الخصائص والمتغيرات الأساسية Essential Characteristics

مما لا شك فيه أن كل منطقة جغرافية ( بما فيها من موارد سياحية ومستخدماً الخدمات والتسهيلات المحتملين ) وكل جهاز حكومي أو غير حكومي يكون له اختصاص في التقييم ، يختلفون فيما بعد من العناصر الأساسية التي تؤثر على المستقبل السياحي لواقع ما . ويمكن الكشف عن الخصائص والمتغيرات الأساسية عن طريق البحوث التي يمكن أن تبين مدى جاذبيتها ، والحدود الإيكولوجية المفروضة ، ومدى إمكانية تطويع الموقع لبعض الاستعمالات دون البعض الآخر . وتساعد الخبرة في تحديد المتغيرات الحديثة .

### ٢ - وضع طريقة للتقييم بنقاط ترجيحية Weight Factors

وبعد اتمام اختيار الخصائص والمتغيرات الأساسية يجب أن يوضع لكل منها نقطة تمكس قيمتها . فإذا تعدد التقييم الكمي لبعض الخصائص فإنه يمكن وضع أوصاف تفصيلية للتقييم الكيفي مثل ( حسن - أحسن - الاحسن ) .

### ٣ - تحقيق واختيار نظام التقييم :

ويتعين قبل اعتماد نظام التقييم أن يختبر هذا النظام على موقع قائم ومعروف في نفس المنطقة الجغرافية . فإن لم يوجد موقع سياحي تتوفر فيه هذه الشروط فافرب موقع سياحي قائم بالفعل .

### ٤ - اعتماد نظام التقييم والاختيار النهائي للموقع :

هناك طرق عديدة لتقييم مدى ملائمة الموقع ولكن بالطريقة الأكثر شيوعاً هي الاعتماد على التقدير الشخصي للمخطط المحترف مع بيان الأسباب التي اعتمد عليها في هذا الاختيار النهائي . ولعل من أهم هذه الأسباب اختيار الموقع الأكثر استجابة لرغبات السائح كما تكشف عنه دراسة تسويقية علمية متعمقة . والطريقة الأكثر قبولا في تقييم الاختيار هي التعويل على الموقع الحائز لأكبر عدد من النقاط الترجيحية والذي تتوفر فيه احسن نتائج المظهر الجمالي للتنسيق الخارجي مع عدم ارتفاع التكلفة الاستثمارية فيه عنها في غيره .

### مثال تصوري توضيحي لا سببق (١) :

السؤال : كيفية اختيار احسن موقع على الشاطئ .

### الافتراضات :

- (أ) هناك طلب على التنمية السياحية الشاطئية .
- (ب) المكان هو شاطئ جنوب أوريجون بالولايات المتحدة .
- (ج) النشاطات الأولية هي السباحة وحمامات الشمس ورياضات الشراع .

## تحليل قاعدة الموارد الأساسية :

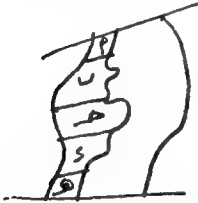
(أ) المسطح الإجمالي للأقليم ( من ١٠٠٠ - ٤٠٠٠ ميل مربع ) ويتطلب الأمر استبعاد المناطق التي بها أقل الموارد جذبا ثم التركيز على وحدات أصغر من الموارد .

والمطلوب هو تحليل الامتداد الأرضي ( اللاند سكيب ) باستخدام خرائط طبوغرافية بنسب صغيرة مثل ١ : ٢٥٠.٠٠٠ مع معلومات مناخية .

(ب) الأقليم الفيزيوجرافي ( من ١٠.٠٠٠ - ٥٠.٠٠٠ ميل مربع ) ويقسم الى عدة مواقع فيزيوجرافية مبنية على طبيعتها الجغرافية وخصائصها المناخية . والمعيار الأساسي في الموقع المختار هو أن تتراوح درجة حرارته بين ٢٥ - ٣٠ درجة مئوية خلال أشهر الصيف .

(ج) مستويات المواقع الفيزيوجرافية ( من ٢٠٠٠ - ٥٠٠٠ فدان ) مع استخدام التصوير الجوي . وفي هذا المثل تقضى الحاجة الأولية - في هذه المرحلة - باختيار مساحة أرضية مستوية بقدر الامكان وجافة خالية من مياه التشبع يواجهه بحيرة بشاطئ رملي . وبهذه الخصائص الطبيعية المطلوبة يمكن استبعاد مواقع متعددة .

(د) انواع المواقع ( من ٢٠٠ - ١٠٠٠ فدان ) عند تقابل مستويات المواقع الفيزيوجرافية من الانواع ا و ب و ج كما تظهر من الصور الجوية ، يمكن تقسيمها الى انواع للمواقع متباينة بحسب طبيعة النباتات كما تظهر على الصور الجوية وتمكس الشروط الايكولوجية لكل موقع . فتوضح المواقع وتميزها Delineation of site types يمكن ان يظهر على الشكل التالي :



شكل انواع المواقع رقم ١



الشكل رقم ٢



الشكل رقم ٣

ويظهر من الشكل السابق ان انواع المواقع ١ ، ٢ ، ٣ جرى تقسيمها الى عشرة انواع ، وبهذا يكون المخطط على استعداد لزيادة المواقع وعمل الدراسة الميدانية لتحديد ملائمة كل موقع للاغراض السياحية المستهدفة مستخدما نظام النقاط الترجيحية .

وحتى هذه اللحظة كانت القرارات كلها تصدر بالكتب باستعمال الخرائط والصور الجوية ، ولعل أهمية البدء بالمسطح الاجمالى للتقليم والانتهاه على التركيز على تحديد انواع المواقع تكمن فى المناطق التى تضم الموارد السياحية الهامة يمكن التعرف عليها بسهولة بحيث تمكن المخطط من اختيار احسن المواقع لاجراء التحليل الميدانى . وبالإضافة الى ذلك فان المخطط يمكن أن يبدأ بتحليل اللاند سكيب فى اى مرحلة من مراحل عملية التخطيط بصورة تتوقف على حجم ومدى تباين المنطقة الجغرافية التى تجرى دراستها .

**وتتبعين على المخطط اذن ان يزور ميدانيا كل موقع من المواقع العشرة السابق توضيحها لتحديد مدى ملائمة كل منها .**

وفى المثال الراهن فان نظام النقاط الترجيحية لتنمية الواجهة الشاطئية يقسم الى منطقة ارضية ( الأرض ) ومنطقة مائية لكل ٥٠ نقطة بمجموع مائة نقطة . فحصول اى موقع على اقل من ثلاثين نقطة لكل منطقة يؤدى الى استبعاده فورا . وبعد الانتهاء من تحليل كل موقع خلال يوم أو بعض يوم يمكن بناء جدول النقاط الترجيحية على مثال الجدول التالى :

نوع الموقع	المنطقة المائية ( ٥٠ نقطة )	المنطقة الأرضية ( ٥٠ نقطة )	اجمالى عدد النقاط	المرتبة
١ - ١	٣٦	٤٠	٧٦	( ٣ )
ب	صفر	صفر	صفر	
ج	٢٥	٢٨	٥٣	( ٧ )
د	٣١	٢٨	٦٩	( ٥ )
هـ	٤٠	٣١	٧١	( ٤ )
١ - ٢	٣٢	١٦	٤٨	( ٨ )
ب	٤٢	٤٣	٨٥	( ١ )
ج	٤٥	٣٩	٨٤	( ٢ )
١ - ٣	٢٧	٣٣	٦٠	( ٦ )
ب	١٩	١٥	٣٤	( ٩ )

وبذلك تكون المواقع ٢ب و ٢ج و ١١ا هي الثلاثة مواقع الأولى ويمكن المضي في تقييمها طبقا لجدوى التنمية . وهناك أنواع مختلفة من دراسات الجدوى تتباين طبقا للظروف . ويكتفى بإجراء دراسات الجدوى المتعمقة والأكثر تكلفة بالنسبة للمواقع الأولى في التقييم بحسب نقاطه الترجيحية ( موقعين أو ثلاثة فقط ) .

فإذا تحددت البدائل في المواقع المحتملة التنمية تبعا لظروف ملكية الأرض أو التخطيط الطبيعي أو غيرها ، فإن عملية الاختيار يمكن أن تتجه الى المواقع الأقل التي تتوفر فيها شروط ملائمة للتنمية .

ولن نخوض بعد ذلك في دراسات ملائمة الموقع بناء على دراسات الجدوى وأنواعها المختلفة نظرا لأن ذلك يخرج عن حدود الكتاب الحالي .

فهناك دراسات جدوى هندسية ، ودراسات جدوى فنية سياحية ، ودراسات جدوى اقتصادية ، ودراسات جدوى بيئية ، ودراسات جدوى تسويقية وأخيرا هناك دراسات جدوى شاملة لكل ذلك .





## الفصل الرابع

### قواعد تخطيط المصايف الساحلية (١)

**ولعل من المفيد في هذا المجال ان نضع هنا القواعد المتكاملة لتخطيط المصايف الساحلية حتى تكتمل صورة تخطيط الواقع .**

لاشك ان الشاطئ يمثل عنصر الجذب الرئيسى للمصيف الساحلى ولذلك فان خصائص هذا الشاطئ تمثل بوجه عام - العناصر التوجيهية للمصيف من حيث كونها رملية ناعمة او رملية خشنة او غير رملية - حجرية او زلطية - ، ومن حيث اتساع الشاطئ او ضيقه ، ومن حيث تدرج انحدار الشاطئ نحو البحر او انحداره بشكل فجائى ، ومن حيث نظافة الشاطئ الطبيعية من نباتات البحر ونفاياته او عدم نظافته ، ومن حيث وجود غطاء نباتى فى الارض الخلفية مما يضىء جمالا على الشاطئ او عدم وجوده ... الخ .

ومن المسلم به ان تطبيق هذه القواعد بصورة جامعة مانعة على كافة انواع المصايف الساحلية امر صعب نظرا لاختلاف نوع المصايف وما اذا كانت شواطئ عامة او شواطئ خاصة وكذلك طبيعة المصايف الساحلية ومواقعها الجغرافية وما اذا كان يتخللها خلجان او بحيرات ام لا . الا ان هذه القواعد يمكن ان تمثل اطارا ارشاديا لتخطيط هذه المصايف خاصة وان المصيف يجب ان يتكامل مع الارض الخلفية بوجه خاص ومع المنطقة برمتها بوجه عام . كما ان ارتباط المصيف بمركز حضرى قائم بالفعل يمكن ان ينفى عنه صفة الاصطناع ويضفى عليه طابع الطبيعية والاصالة ، وان كان الامر فى النهاية يتوقف على سلامة التخطيط الموضوع للمصيف ومستواه . ونود هنا ان نؤكد ان الطول الامثل للمصيف الساحلى كوحدة يحسن الا يتجاوز خمسة كيلو مترات حتى يمكن قطعة كله او جزءا كبيرا منه دون حاجة الى استخدام سيارة .

وتتضمن قواعد تخطيط المصايف ما يلى :-

#### ١ - الكثافة السكانية او الطاقة الاستيعابية للمصيف

طلبا ان الشاطئ هو عنصر الجذب الرئيسى فى المصيف الساحلى ، فان هذا الشاطئ يمثل الاساس الذى يتم تقدير الطاقة الاستيعابية للمصيف بناء عليه ، وان كانت الافكار التخطيطية الحديثة مثل ادخال مياه البحر الى داخل المصيف لانشاء بحيرة صناعية كبيرة - ان اتسع حجم المصيف لذلك - من شاته ان يزيد من

(١) راجع فى ذلك مؤلفنا بالانجليزية ص ٤١ - ٤٨ . Studies in Tourism Planning

قدرة المصيف على استيعاب كثافة سكانية أكبر . وكذلك فإن إنشاء عدد كبير كاف من حمامات السباحة داخل المصيف من شأنه زيادة الطاقة الاستيعابية القصوى للمصيف . ويمكن تقدير الزيادة في أمثال هذه الحالات بنسبة ٥٠٪ من حجم الطاقة الاستيعابية المقدرة للشاطئ .

ولاجدال في أن تقدير حجم الطاقة الاستيعابية القصوى أمر في غاية الأهمية نظرا لأنه يترتب على تجاوز هذه الطاقة مشكلات خطيرة كالازدحام المؤثر في مستوى الخدمات المقدمة والضوء الشديد مما يؤدي إلى هروب كثير من العملاء . ونود أن ننبه إلى أن تقدير الطاقة القصوى للمصيف أو كثافته السكانية المثلى يختلف باختلاف درجة المصيف ومستواه ، وكذلك يختلف بحسب ما إذا كان المصيف معدا أساسا للسياحة الدولية أو السياحة الداخلية إذ عادة تزيد الطاقة المثلى للمصيف في الحالة الأخيرة بنسبة ٥٠٪ عن الطاقة المثلى في حالة السياحة الدولية .

وقد درجت وزارة السياحة في مصر على وضع قواعد مبسطة لتقدير الطاقة الاستيعابية للمصايف قوامها المتر الطولى من الشاطئ الذى يبلغ اتساعه مائة متر وهو الحد الأدنى المشرط طبقا للقوانين المصرية . فتبلغ الطاقة الاستيعابية ثلاثة أشخاص في المتر الطولى من الشاطئ في حالة السياحة الدولية ، وخمسة أشخاص للمتر الطولى من الشاطئ في حالة السياحة الداخلية (١) . وعلى ذلك فيمكن القول بأنه إذا زاد متوسط اتساع الشاطئ عن مائة متر كان من الممكن زيادة هذه الطاقة بالنسبة والتناسب .

ونتيجة لدراسات متعمقة قمت بها فقد وضعت المعدلات الآتية لتحديد الطاقة القصوى للكثافة السكانية للمصايف الشاطئية في حالة الاعتماد شبه الكامل على البحر كمرغب أساسي .

$$ك = \frac{ع \times ل}{ص \times ف}$$

حيث أن

ك = الكثافة السكانية أو الطاقة الاستيعابية القصوى من الأشخاص على الشاطئ .

ل = طول الشاطئ ( بالامتر ) .

ع = اتساع الشاطئ أو العمق المستخدم منه ( بالامتر ) .

(١) استخدم هذا المعيار في تخطيط الساحل الشمالى الغربى من الكيلومتر ٢٤ - الكيلومتر ١٠٠

الذى دعت اليه وزارة التعمير .

ص = نصيب الفرد من مسطح الشاطئ ( بالامتار المربعة ) .  
 م = العامل المصحح Corrector coefficient الذى يعبر عن العلاقة بين الزائرين والقائمين على الخدمات بالشاطئ .  
 وتأخذ هذه المعادلة فى اعتبارها ثلاثة متغيرات هامة هى :-

**الأول -** ان المتغير ( ص ) الذى يمثل نصيب الفرد من مسطح الشاطئ يختلف تبعاً لاختلاف مستوى المصيف . فكلما ارتفع مستوى المصيف زاد نصيب الفرد من مسطح الشاطئ أى تزيد قيمة ( ص ) ، وكلما انخفض مستوى المصيف كلما قلت قيمة ( ص ) . وبالتالي فان قيمة ( ص ) تناسب تناسباً عكسياً بين قيمة ( ص ) والكثافة على الشاطئ .

**الثانى -** ان العامل ( م ) يكون عادة أكبر من الواحد الصحيح ، وهو يرتفع كلما ارتفع مستوى المصيف والخدمات المقدمة فيه .

**الثالث -** ان المتغير ( ك ) المعبر عن الكثافة السكانية بقدرة بعض الخبراء على النحو الآتى :-

عدد الامتار المربعة الصافية للشخص  
 من الشاطئ ( دون تسهيلات )

٣	— مصيف مزدحم جداً
٥	— مصيف عام قرب المدينة
٨	— مصيف عام متوسط
١٠	— منتجع سياحى ( مستوى منخفض )
١٥	— منتجع سياحى ( مستوى متوسط ) أو مصيف عام مستوى عال
٢٠	— منتجع سياحى مريح
٣٠	— منتجع سياحى مستوى عال

ويرى بعض خبراء التخطيط السياحى ان المنتجعات ذات الصورة السياحية العالية والواقعة على مسافات طويلة من المدن أو الأسواق السياحية المصدرة يجب ان تبني الكثافة السكانية المنخفضة وهى كثافة المنتجعات ذات المستوى العالى ( ١ ) .

## ٢ - مساحة المنتجع الشاطي :

وبعد تحديد عدد الاشخاص فى المنتجع السياحى كمتغير عن طاقته الاستيعابية الشاطئية يجب التعرض لحجم المنتجع السياحى كأساس لتخطيط حسب مستوى المنتجع . وقد اصطلح على المعدلات الآتية :-

(١) راجع فريد لوسون وماثوبل بوديول فى كتابهما تنمية السياحة والترويج طبعة ١٩٧٧ ص١٦

- بالنسبة للمستوى العالى اقل من خمسين شخصا للهكتار من الارض (١) .
- بالنسبة للمستوى المتوسط بين ٥٠ - ٩٠ شخصا للهكتار .
- بالنسبة للمستوى الاقتصادى من ٩٠ - ١٢٠ شخصا للهكتار .

وهذه المعدلات تعطى مؤشرات معقولة عن الحدود المثلى لما يخص كل فرد من مساحة المنتجع شاملة الخدمات والتسهيلات المختلفة وامكان الإقامة وغير ذلك .

## ٢ - وسيلة الوصول (٢)

لعل عاملا من اهم عوامل نجاح المنتجعات السياحية هو ان يستطيع السائحون والزائرون الوصول الى المنتجع في سهولة ويسر ، وعلى ذلك يجب ان يخدم المنتجع السياحي عدد كاف من الطرق ومن وسائل المواصلات التى تربطه بينه وبين التجمعات الحضرية والمدن المختلفة داخل الدولة .

ويمكن تقسيم الطرق الى نوعين : -

— **طرق موصلة للمنتجع Access Roads** وهى الطرق السريعة المؤدية الى المنتجع الشاطئى ويرامى ان تكون في تعددها ومستواها متناسبة مع حجم حركة المرور عليها من وإلى المنتجع ليس فقط في الوقت الراهن بل في المستقبل كذلك .

— **طرق داخلية في المنتجع Urban Soads** وهى الطرق المؤدية الى مختلف مراكز واجزاء المنتجع السياحي . وهذه تنقسم الى : -

— **الطرق المخترقة للمنتجع Penetrating** وهى التى تخترق قلب المنتجع وتعتبر امتدادا للطرق الموصلة اليه .

— **الطرق التوزيعية Distribution Roads** او شبكة الطرق الداخلية في المنتجع تربط الطرق المخترقة مع المراكز المختلفة للمنتجع كالمركز التجارى والمركز الرياضى والترفيهى ومراكز الفيلات والشاليهات والفنادق وغير ذلك .

— **الطرق الخدمية Service** وهى التى تستخدم للوصول الى المباني الخاصة في المنتجع كالفيلات والشاليهات والشقق .

ويتعين ان تكون الطرق الموصلة للمنتجع عريضة عرضا كافيا وان يقسم قسمين لحركة المرور ذهابا وايابا . ويتوقف العرض المطلوب لمختلف انواع الطرق

(١) الهكتار = عشرة الاف متر مربع

(٢) راجع مؤلفنا المرجع السابق ص ٤٢ .

على متوسط حجم حركة المرور عليها . وقد اصطلح على اعتبار المداخل التالية الحد الأدنى لمعرض الطرق : -

٦ أمتار + ١٥ متر على كل جانب	— الطرق الموصلة للمنتجع
٧ أمتار + رصيف على الجانبين	— الطرق المخترقة
٦ أمتار + رصيف على الجانبين	— الطرق التوزيعية
٥ أمتار بدق ذلك أماكن وقوف السيارات	— الطرق الخدمية

ويجب أن يتضمن المنتجع وجود تسهيلات لتأمين تحركات المشاة والتنزه في الأماكن المخصصة لذلك والمعلقة على السيارات ، فضلا عن ضرورة توفر مراكز تجارى به محلات لبيع كل ما يحتاجه نزلاء وزائرو المنتجع السياحي .

#### ٤ - أماكن وقوف السيارات :

لا يتصور أن يتم تخطيط شبكة الطرق دون تخصيص أماكن كافية لوقوف السيارات . وتتوقف سعة هذه الأماكن على عدة اعتبارات أهمها مستوى المنتجع وموقع هذه الأماكن بالنسبة للمراكز الحضرية والخدمية في المنتجع . كما تتوقف سعة هذه الأماكن أيضا على النسبة التي تعتمد للسيارات بالنسبة للمقيمين في المنتجع وتتراوح بين ١ : ٢ و ١ : ٥ . ولذلك ففي المنتجعات الراقية يحسن التحويل على نسبة ١ : ٣ أو ١ : ٤ . أما بالنسبة لسيارات الزائرين اليوميين فنبهنا تتراوح بين ١٠ - ٢٠ ٪ من عدد سيارات المقيمين وكذلك تختلف هذه الأماكن سعة حسب مكونات المنتجع من فلات وشاليهات وشقق بالمعات وفنادق وما اذا كان بالمنتجع أماكن للتخييم ام لا ، وإن كان يجب الفصل في الحالة الأخيرة بين أماكن وقوف سيارات المقيمين وبين سائر أماكن وقوف السيارات في المنتجع .

والفروض أن يحدد لكل سيارة مساحة اجمالية لا تقل عن عشرين مترا مربعا تشمل صفوف أماكن الوقوف وأماكن تسمح بمناورة السيارات عند الدخول والخروج من أماكن الانتظار . أما الاتوبيس السياحي فتخصص له مساحة لا تقل عن ٥٠ مترا مربعا .

ويجب توزيع أماكن وقوف السيارات جغرافيا داخل المنتجع لكي تتناسب مع توزيع أماكن الإقامة والمراكز الخدمية المختلفة .

وبراهى في تحديد عدد وسعة أماكن وقوف السيارات ما يلى : -

— بالنسبة للمراكز التجارية او الادارية فان المعادلة تكون

$$\text{عدد الاماكن} = \frac{\text{ص} \times \text{ص}}{٢}$$

حيث تكون :

س هي مساحة المركز التجارى بالامتار المربعة  
م يمثل التغير او المعامل المصحح ( من ٢ - ٤٥ ٪ ) حسب مستوى المنتجع .  
وعلى ذلك فان الحد الادنى لعدد اماكن انتظار السيارات يكون حاصل ضرب  
مساحة المركز التجارى بالامتار المربعة  $\times$  المعامل  $\div$  ٢ .  
بالنسبة للمراكز الخدمية الاخرى فان مساحة اماكن السيارات تكون  
كالآتي :-

- مكان لكل ثلاثة الى اربعة مقاعد في المطعم .
- مكان لكل ٤ مقاعد في المسرح او السينما .
- مكان لكل ٤ اشخاص في المناسبات الرياضية .
- مكان لكل ٣ اشخاص يدخلون اماكن العبادات .

ويتم عادة احتساب مساحات مواقف السيارات بالقرب من الشاطئ على  
اساس تخصيص مسافة وقوف واحدة لكل ٢٠ مترا مربعا من الشاطئ .

على انه يلاحظ عدم التقيد بهذه المعدلات جميعها اذا كانت مساحة المنتجع  
الاجمالية محدودة نسبيا مثل خمسين فداناً مثلاً ( اى ٢٠٠٠٠ متر ) اذ يكفى في  
مثل هذه الحالة احتساب مساحات اماكن الانتظار على اساس الطاقة القصوى  
للمنتجع فقط او على اساس مساحة الشاطئ فقط نظرا لان مسافات السير على  
الاقدام للانتقال داخل المنتجع لن تكون كبيرة .

#### ٥ - كثافة المباني ومختلف الخدمات بالمنتجع السياحي :

يجب ان يقوم التخطيط السياحي على وجود التناسق بين مختلف مكونات  
المنتجع السياحي وان تنتشر المناطق الخضراء والمفتوحة وتخلل المباني والانشاءات  
بشكل يحافظ على البيئة وعلى المظهر الجمالى للمكان . ولذلك فقد اصطلح على عدم  
زيادة الكثافات البنائية المفطاه شاملة القطاع السكنى والتجارى والادارى عن ٢٥ ٪  
من المساحة الاجمالية للمنتجع ، وتقسم المساحة الاجمالية الباقية على الوجه  
التالى :-

- طرق مختلفة حوالى ١٥ ٪
- مواقف للسيارات حوالى ٥ ٪
- مساحات مفتوحة حوالى ٢٠ ٪
- خضراء وحدائق
- وفراغات بين الابنية
- اماكن النشاطات
- الرياضية والترويحية
- المفتوحة حوالى ٢٥ ٪
- مشروعات مرفقية حوالى ١٠ ٪ بعيدا عن اماكن ابواء النزلاء .

## ٦ - المرافق العامة :

يتوقف احتياج الشخص من خدمات المياه والكهرباء في المنتجعات السياحية حسب مستوى المنتجع . فالمياه يحتاج لشخص منها ما بين ٢٥٠ لتر و ٤٠٠ لتر في اليوم في المنتجعات ذات المستويات العالية ، وما بين ٣٠٠ - ٣٥٠ لترا في المنتجعات المتوسطة ، وما بين ٢٥٠ - ٣٠٠ لتر في المنتجعات الأقل مستوى . أما الكهرباء فاستهلاك الشخص منها في اليوم لا يقل عن ١٥٠ وات كحد أدنى الى ٣٠٠ وات كحد معقول بالإضافة الى حوالي ٢٠ وات لكل متر مكعب من المساحات المكيفة صيفا وشتاء . ويجب ان يلاحظ كفاية التدفئة في فترات الخريف والشتاء اذا استمر تشغيل المنتجع اول العام .

ويجب ان يلقى الصرف الصحي عناية خاصة من حيث اختيار النظام الحديث المناسب حتى لا يحدث ثاوت ولا ينتشر البعوض والحشرات الاخرى الضارة .

## ٧ - الخدمات العامة :

ويحتاج المنتجع السياحي الى وجود محال للبيع تشمل محلات بيع الاغذية الطازجة والمحفوظة ومجلات لبيع الملابس والأحذية ومحال لبيع ادوات الرياضة وغيرها من لوازم الشاطئ واجازات - وشركة سياحية ، ومكتبة وكوافير وبك ، وغير ذلك .

## مزارع الاجازات Vacation Farms

ظهر نوع جديد من المنتجعات السياحية (١) في الستين القليلة الاخيرة يسمى مزارع الاجازات تطبيقا لاجاه السياحة الخضراء الذي ظهر في فرنسا في اوائل السبعينات . ومن المثير ان يبدأ ظهور مزارع الاجازات في الولايات المتحدة وفي اسكتلندة قبل ظهوره في فرنسا .

وفي السبع سنوات الاخيرة اصبح هذا اللون الجديد من المنتجعات السياحية مطلوبا وزاد الطلب السياحي عليه بنسبة لا تقل بمتوسطها عن ١٥ ٪ سنويا . ومزرعة الاجازات هي ، بحسب الاصل ، مزرعة عاملة حقيقية بتراوح حجمها بين خمسين فدانا وعشرة آلاف فدان ينشأ فيها بعض الغرف الفندقية لايواء نزلاء يرغبون في قضاء الاجازات . ثم تطور الامر ليصبح الايواء وتنظيم نشاط نزلائها خاضعا لقواعد تخطيطية لا تزال في دور التحضير .

واصبح هذا الحدث الجديد في عالم السياحة مطلوبا لمدة اسبابب منها ١ - ازدياد تعقيد الحياة الحضرية خلق نوعا من الرغبة الشديدة في العودة الى الاشكال البسيطة من الحياة كحياة المزارع كنوع من التغيير الذي له تأثير ايجابي على صحة الانسان .

(١) أثرتا ذكر هذا النوع الجديد من انواع المنتجعات في هذا القلم رغم ان الكتاب لا يتعرض لتخطيط المشروعات حتى نبيسه الاذعان الى هذا التطور الهام في اتجاهات السياحة العالمية تطبيقا لاتجاه استنبق منه نمو ما يسمى بالسياحة الخضراء .

٢ - اتجاه كثير من العائلات نحو قضاء اجازات تضمن انطلاق اطفالهم في حرية وتكون معقولة التكاليف في ذات الوقت .

٣ - رغبة رجال الأعمال وارباب المهن الحرة في قضاء اجازات تعوض ما يعانونه من الضغط العصبي وبمعية من الرسميات .

وكان هذا اللون الجديد من المنتجعات السياحية سبيلا للمزارع الصغير لتحقيق دخل اضافي يمينه على ارتفاع مستوى المعيشة دون حاجة الى ترك مزرعته والبحث عن عمل في المدن المجاورة له نظرا لما تواجهه الزراعة في تلك الدول من انخفاض العرض عن الطلب .

ولما كانت مزارع الاجازات تتطلب استثمارات منخفضة نسبيا ولا تتعارض مع الزراعة فقد أصبحت بالنسبة للكثيرين حلا للخروج من الضغوط الاقتصادية . ولتخطيط هذا النوع من المنتجعات بصورة علمية مدروسة يلزم تحديد مايلي:

١ - ما هي انواع المزارع المناسبة لهذا اللون من المنتجعات السياحية وما مواقعها وما هي سبل الوصول اليها من المراكز العمرانية الكبرى ؟

٢ - ما هي التسهيلات والخدمات الواجب توفرها للزلاء فيها ترتيبا على تحديد انواع النشاطات المنتظر قيامهم بها ؟

٣ - ما هي خصائص السوق السوق السياحي وشرائحه بالنسبة لهذا النوع من المنتجعات ؟ سواء اكان سوقا خارجيا ام سوقا داخليا ؟

٤ - كيف يمكن تسويق هذا النوع من الخدمات السياحية ؟

٥ - ما هي العوائد الاقتصادية المنتظر تحقيقها من هذا النوع من المنتجعات السياحية مقارنا بالاستثمارات التي توضع فيها . اي ما هي جدواها الاقتصادية ؟.

ولم تستقر بعد قواعد تخطيط هذا النوع الجديد من المنتجعات وانما يخضع انشؤها حتى الآن لتصورات المخططين وابداعهم العلمي والتخطيطي . ولذلك نجد كل مزرعة اجازات من هذه المزارع تأخذ طابعا مختلفا وتباين فيما بينها من حيث الطاقة الاستيعابية والانسياب الحركي بداخلها ومدى اندماج الزلاء في النشاط التقليدي بالزراعة مثل المعاونة في جنى المحاصيل وحلب الابقار واعداد الفطور ، فضلا عن التنزه المنظم في مجموعات بقيادة مدرب رياضي ، وركوب الخيل ، وصيد السمك من البحيرات القريبة ، واقامة حفلات السمر ليلا ثم النوم مبكرا والاستيقاظ مبكرا ... الخ .

واللاحظ حتى الان ان الطاقة الاستيعابية للزلاء في مزارع الاجازات لا تزيد عن مائة شخص حتى لا ينقلب الامر الى حياة سياحية رتيبة وتصبح المزرعة بمثابة فندق أو قرية سياحية فتنفى بذلك الفكرة الاساسية من قيامها .



## الباب العشرون

### تخطيط التنمية السياحية لاقليم لانجدوك روسيليون بفرنسا

يتميز تخطيط التنمية السياحية لمنطقة لانجدوك روسيليون بخصيشتين :

١ - انها تنمية قامت بها الحكومة الفرنسية بالتعاون مع السلطات المحلية والقطاع الخاص .

٢ - ان الهدف الرئيسى منها هو تنمية منطقة ساحلية محددة يبلغ طولها ١٨٠ كيلو مترا على البحر الأبيض المتوسط بين مرسيليا وقرب حدود اسبانيا .

وقد اعتمدت الحكومة الفرنسية ببدء هذا المشروع الطموح عام ١٩٦٣ والذى قدر لتنفيذه واتمامه مدة عشرين عاما ولكنه انتهى بالفعل قبل ذلك بحوالى خمس سنوات .

#### النواتج لاقامة هذا المشروع :

تبين للمسؤولين الفرنسيين ان حركة سياحة الاجازات فى غرب اوربا اصبحت تتضمن الملايين من الاشخاص الذين ينتقلون كسل عام بحثا عن الشمس ؛ وان السواحل الجنوبية لفرنسا ( الساحل اللازوردى او الكوت دازور ) التى تمت تنميتها تنمية كاملة قد اصبحت بالتشبع . ولذلك فقد اقتنعت السلطات بضرورة حماية المناطق القليلة الخالية الباقية من الساحل الجنوبى لفرنسا وتنميتها تنمية مخططة تخطيطا سليما . وهذه المناطق تشمل اقاليم لانجدوك وروسيليون وتشكل امتدادا متصلا من الشواطئ من مصب نهر الرون الى حدود اسبانيا يفصلها عن الارض الخلفية Hinterland سلسلة من البحيرات والملاحات يبلغ بعضها حجما كبيرا . وفى ذات الوقت اعتبرت السلطات الفرنسية ان استغلال هذه المناطق سياحيا من شأنه تقوية اقتصاديات الاقليم الذى يعتمد تقليديا على صناعة النبيذ ( نبيذ الرمل ) التى لا تفل دخلا كبيرا يكفى لدعم احتياجات الاقليم بكامله .

وقد دعا الومى النامى بحماية البيئة الى الاقتناع بأنه يجب ايقاف التدهور الزاحف على الشريط الساحلى الضيق عن طريق تنمية وانشاءات غير مخططة

وغير خاضعة للرقابة والتي أصبحت نتائجها الضارة غير محتاجة الى اثبات سواء من الناحية الطبيعية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الحضارية .

وقد كانت الطبيعة البكر لهذا الاقليم راجعة الى خصائصها غير الملائمة والتي كان يتعدّل تغييرها تلقائيا عن طريق الاستغلال الذاتى غير المخطط لمواردها الطبيعية والغنية ، اذ كانت تشمل ساحلا تسود اجزاء كثيرة منه مستنقعات تغذيها مياه فيضان نهر الرون ويسيطر عليها البعوض الذى جعل هذا الاقليم غير مأمول بالسكان او قليل السكان جدا ، فضلا عن عدم وجود طرق تؤدي الى هذا الساحل من الداخل وبالتالي كان الساحل منعزلا عن الأرض الخلفية تماما ، وكان هذا الاقليم - كنتيجة لكل ما تقدم - محروما من المرافق الأساسية من مياه شرب وكهرباء وصرف صحى واتصالات وطرق . اوفىسر كل هذا ان المدن الرئيسية لهذا الاقليم مثل نيم ومونيليه وناربون وبيريزيه وبيريكو كانت مقامة على مسافة لا تقل عن عشرين كيلو مترا من شاطئ البحر .

ورغم هذه الحال غير الملائمة فى دولة مثل فرنسا، فقد قامت بعض المشروعات السياحية والترفيهية الصغيرة المتناثرة على الساحل بواسطة مستثمرين قاموا بنزويد مشروعاتهم باحتياجاتها من المرافق الموضعية .

وكان امام السلطات الفرنسية واجب تخطى كل هذه العقبات اولا وهو عمل لا يمكن نجاحه الا عن طريق بنى التخطيط العلمى والتكنولوجيا الحديثة وان تتدخل الدولة فيه تدخلا مباشرا .

اما المرفآت الإيجابية للاقليم فكانت تشمل مناخ البحر الأبيض المتوسط المشمس ( ٢٢٥٠ ساعة من الشمس الساطعة فى العام ، وحرارة معدلها السنوى ١٥° مئوية ومعدلها الصيفى ٢٢° مئوية ، ومطر لا يزيد معدلها السنوى عن ٦٥ ساعة فى الصيف ) ، وأرض خلفية جذابة الطبيعة ، وثلاثة مطارات من الدرجة الثانية : وشبكة سكك حديدية جيدة ، وطريق رئيسى من اهم الطرق العالمية يصل ما بين اسبانيا ودول اوربا الغربية والذى كان يصل عدد السيارات التى تقطعه جيئة وذهابا حوالى خمسة ملايين سيارة فى سنة ١٩٦٣ .

كان هذا هو الموقف عند بداية المشروع .

#### ١ - تأسيس الجهاز اللازم :

— اللجنة الوزارية .

— شركات الاقتصاد المختلط .

— القطاع الخاص .

وبمجرد اتخاذ القرار بضرورة تنمية هذا الاقليم على مستوى مجلس الوزراء الفرنسى كان لا بد من تحديد طريقة واجراءات التنفيذ .

وكان الاقتناع السائد هو ضرورة تعبئة الجهود الحكومية وغير الحكومية على أعلى مستوى بحيث تشمل اشترك وزارات التعمير ، والتخطيط الطبيعي ، والمالية ، والداخلية والصحة : والسياحة ، والزراعة وذلك على المستوى المركزي وكذلك المحافظات التي يدخل الاقليم في اختصاصها على المستوى المحلي . وبدت المشكلة التي تحتاج حلا منذ البداية هو كيف يتم توزيع الاختصاص والمسئولية بالنسبة لهذا المشروع بين مختلف هذه الوزارات والمخيمات .

وقد استبعدت فكرة انشاء جهاز ضخم تشارك فيه جميع هذه الجهات الرسمية المركزية والمحلية حتى لا يزيد هذا من اعباء وتكاليف المشروع وتقرر الاستماتة بخدمات هذه الوزارات والمحافظات المشتركة في المشروع ولكن بشكل تخضع فيه لادارة موحدة فكان القرار هو انشاء ما سمي لأول مرة في فرنسا « ادارة مهمة او ادارة مشروع » .

وصدر قرار بتاريخ ١٨ يونيو سنة ١٩٦٣ بانشاء « المهمة الوزارية المشتركة MISSION INTERMINISTERIELلادارة السياحة لساحل لانجدوك روسيلون وهي عبارة عن مجلس مؤقت يجتمع دوريا برئاسة مسيو راسين مستشار الدولة ويشمل ممثلين عن خمس وزارات صاحبة اهم اختصاص مباشر في المشروع مع ممثل للمحافظات الاربعة التي يدخل الاقليم في نطاق اختصاصها . واعتبر القرار الذي يصدر عن هذا الجهاز ملزما للوزارات والمحافظات المشتركة فيها بمعنى ان ممثلي هذه الجهات اعتبروا اصحاب صوت ملزم لها لا يمكن التkov عنه . وتم تعيين امين عام لهذا الجهاز مع امانة مكونة من عدد صغير من الموظفين الفنيين الكفاء ( لا يزيد عددهم عن عشرين ) وتختص هذه الامانة بتنفيذ قرارات مجلس المهمة ( المشروع ) .

ولم يكن يتصور ان مثل هذا المشروع الضخم الذي سيميد تخطيط وتشكيل الحياة في مساحة لا تقل عن ٣٦٠٠ كيلو متر مربع بما لهذا من اثار بعيدة المدى على سكان هذا الاقليم ( القليلين ) دون مساهمة فعالة من السلطات المحلية وممثليها . وفضلا عن ذلك فان صعوبة المشروع وتركيبه المعقد اوجب تجزئته في التنفيذ الى مراحل جغرافية وزمنية ، ولهذا فقد تم انشاء شركات ذات اقتصاد مختلط ( شركات مشتركة بين القطاعين العام والخاص ) في كل محافظة من المحافظات الاربعة المعنية بهذا المشروع . وكذلك فقد تم اشترك غرفة التجارة والصناعة وغرفة الزراعة وغرفة الصناعات البيئية بكل من هذه المحافظات .

واخيرا كان لابد من تحديد دور القطاع الخاص مع الوضع في الاعتبار ان طبيعة هذه العملية التخطيطية والانمائية الضخمة يجب ان تسودها اقتصاديات السوق لكي يمكن ضمان نجاحها في دولة كفرنسا .

وعلى هذا فانه يمكن تحديد الوظائف المتتابعة والمربطة لكل مشارك في هذا المشروع على النحو الآتي :

— **الدولة** : ومسئوليتها تنحصر في تزويد الاقليم بالمرافق الأساسية اللازمة للسباحة .

— **شركات التنمية المحلية** : وتكون مسؤولة عن تزويد الاقليم بالمرافق الثانوية أو المساعدة .

— **القطاع الخاص** : ويكون مسؤولا عن التشييد والتسويق .

٤ - **تخطيط المشروع** :

— **جهاز التنمية** :

— **خطة التنمية الإقليمية** :

كان اول عمل يجب القيام به خطة شاملة ، وتنفيذ أعمال المسح المبدئية والحصول على الأرض اللازمة لاتمام المشروع بالكامل .

وهذه المرحلة الأولى تم تنفيذها خلال الفترة بين ١٩٦٣ و ١٩٦٥ . وقد عهد بالتخطيط الى فريق من ثمانية مخططين استشاريين تحت اشراف الجهاز — مختارين على اساس مباشر — والذين قاموا معا بتأسيس مكتب لتنمية لانجدوك روسيليون سمي بجهاز التنمية العمرانية لاقليم لانجدوك روسيليون .

وكانت نتيجة هذه الدراسات بعد ان راجعتها وعدلت فيها « المهمة الوزارية المشتركة » ان ادرجت هذه الخطة الإقليمية السياحية في خطة تنمية الاقليم التي اعتمدت بالقرار الصادر في ٢٦ مارس ١٩٦٤ .

وكانت اهداف هذه الخطة كما يلي :

— تزويد الساحل البالغ طوله ١٨٠ كيلو مترا مربعا بمشروعات سياحية واقتصادية متوازنة ومتناسقة تستجيب للاحتياجات المعاصرة والمتطورة في المستقبل .

— ضمان التباين المحلي بين مختلف مناطق الاقليم عن طريق الحفاظ على الجمال الطبيعي والتراث التاريخي .

— خلق وحدات اقتصادية كبيرة الحجم تتسع لكي يقضى فيها السائحون اجازاتهم مع تنوع مستويات ونوعيات الخدمات والتسهيلات فيها .

— اعطاء ساحل لانجدوك روسيليون طابعا سياحيا متميزا يظهر اختلافه عن ويعمق منافسته مع المناطق السياحية المشابهة في فرنسا وفي الخارج .

— المساهمة في الرفاهية الاقتصادية للاقليم وتنمية التوطن فيه .

— ضمان التوقيت الصحيح للاستثمار والتمويل .

وقد دعا تنفيذ هذه المبادئ والأهداف الى خلق كيان جديد مبني على فكرة الوحدة السياحية المتكاملة . والوحدة السياحية المتكاملة هي منشأ سياحي واقتصادي موحد يتميز بأن حجمه التشغيلي يضمن خدمات عالية المستوى على مدار العام لازمة للتشغيل الاقتصادي للمنتجات السياحية الساحلية القائمة او الجديدة والتي تربط بين بعضها البعض شبكة من المرافق الأساسية الحديثة . وبهذا المفهوم تقرر انشاء ست وحدات سياحية تنتشر على الشريط الساحلي البالغ طوله ١٨٠ كيلو مترا . وتتوفر في هذه الوحدات المعايير الآتية :

- اطر جغرافية متناسقة .
- بيئة جغرافية سياسية موحدة موجهة لخدمة المدن الساحلية القريبة .
- امكانيات لخلق مجموعة من الوحدات السياحية المتنوعة التصميم المعماري والتي تقدم خدمات متعددة المستويات والأسعار بما يتناسب مع مختلف الأذواق والدخول .

والوحدة السياحية تصمم لكي تستوعب وتخدم عددا من الزائرين يتراوح بين مائة الف ومائة وعشرين الفا ، وهي تتكون من عدد من المشروعات السياحية الصغرى كاملة المرافق العامة ( الأساسية ) والداخلية بحيث تستجيب لمطالب مستوى الخدمات وأنواعها ومستوى البيئة التي تقدم للزائرين الجديد في المظهر وفي التصميم وفي الراحة وهي الخصائص التي لا تتوفر دون هذا المشروع . وقد حددت الطاقة الاستيعابية للوحدات السياحية الست نتيجة دراسة علمية واعية للشواطئ واتساعها ومساحة الأراضي المسموح ببنائها والمساحات الترفيهية الطبيعية والممكن ايجادها مثل البحيرات والانهار وغير ذلك . وقد اعتمد كمعدل نهائي لهذه الطاقة الاستيعابية ٧٣٠ مستحفا لكل هكتار ( ١٠٠٠ متر مربع ) من المساحة الشاطئية أي حوالي ١٣٧ متر مربع من الشاطئ لكل فرد ، مع الاعتبار أن عرض الشاطئ لا يزيد في فرنسا عادة عن خمسين مترا وان استخدام الشواطئ قاصر على نسبة ثلثي الزائرين في أي وقت خلال النهار على مدار شهور الصيف .

وبقصد الحفاظ على المستوى العالي لهذه المراكز الصيفية والريح لاستحمام الزائرين ، فقد اقتصر على كثافة بنائية قدرها مائة سرير لكل هكتار من الأرض .

### ٣ - الوحدات السياحية :

وهذه الوحدات السياحة الممتدة على الساحل البالغ طوله ١٨٠ كم هي :

( ١ ) جراند موت / كارنون Grande Motte

وتتكون من المنتجعات السياحية القائمة جراند دي روا ، كارنون ، وبالافاس والتي يتجمع فيها حوالي ٢٥ ألف سرير بالإضافة الى المنتجع السياحي الجديد

جرائد موت وتبلغ لعدد ٤٢ ألف سرير تقع مركزين مكملين هما ميناء كمارج وبه ١٢ ألف سرير وامتداد كارنو كس وبه ستبعة آلاف سرير ، ( فيكون مجموع الطاقة الاستيعابية لهذه الوحدة ٩٦ ألف سرير ) .

#### ( ب ) كاب داجد Cap di Agde

ويشمل المنتجعات السياحية الصغيرة القديمة شاطئ مارسيلان ، وجراو داجد ووشيلوج ، وتاماسير وبها ثلاثون ألف سرير بالإضافة الى المنتجع السياحي الجديد المخطط كاب داجد وطافته ستون ألف سرير ، ( فيكون مجموع الطاقة الاستيعابية لهذه الوحدة تسعين ألف سرير ) .

#### ( ج ) استواري دي لوب Estuari de Laube

وتضم ٢٠ ألف سرير الكائنة بشاطئ فالراس بالإضافة الى ستين ألف سرير في المنتجع الجديد ، ( فيكون المجموع ثمانين ألف سرير ) .

#### ( د ) جرويسان Grissan

وتضم المنتجعات القائمة سان بير وشاطئ نابون وبها حوالي عشرين ألف سرير بالإضافة الى المنتجع السياحي الجديد جرويسان وطافته الاستيعابية ستون ألف سرير ، ( فيكون المجموع حوالي ثمانين ألف سرير ) .

#### ( هـ ) ليكات باكاريس Leucate Baccarès

وتتكون من المراكز السياحية القائمة فرانكوى وشاطئ ليكات وباكاريس وبها حوالي ١٥ ألف سرير بالإضافة الى المنتجعات السياحية المخططة الجديدة ميناء ليكات وميناء باكاريس واللذان تستوعبان عند الانتهاء منهما ٧٣ ألف سرير ، ( فيكون المجموع حوالي ٨٨ ألف سرير ) .

#### ( و ) كانية سانت سيران ارجيليس :

وتبلغ طاقتها الحالية سبعين ألف سرير يمكن مدها الى ١٣٠ ألف سرير . ولا تشمل الخطة اية اضافات اليها ماعدا امتداد شاطئ سانت سيران بانشاء ١٢ ألف سرير يقوم بتنفيذها بنك الودائع دون مساعدة من الدولة .

وتتخلل هذه الوحدات السياحية امتدادات ارضية كبيرة غير مبنية يتم المحافظة على خصائصها الطبيعية واطرها النباتية والحيوانية حتى تكون بمثابة عناصر جذب سياحي لزاى اقليم .

وعلى ذلك تكون الخطة بمثابة انجاه شامل يستوعب كل اقليم النريط الساحلي يحدد الاهداف البنائية ، والمنطق الزراعي والصناعية ويحمي الطبيعة كما هي بعد القضاء على سلباتها برؤم المستنقعات والقضاء تماما على البعوض واعادة

التشجير ، وبوجه عام تنفيا الخطة خدمة قضاء اوقات فراغ الانسان في بقعة طبيعية متميزة بطابع خاص .

وتلخيصا لما سبق فان تنمية اقليم لانجدوك روسيليون تهدف الى رفع الطاقة الاستيعابية السياحية من مائتي ألف سرير الى سبعمائة ألف سرير تقريبا .  
( اي تساوي تقريبا الطاقة الاستيعابية السياحية للكوت دازور ) بحيث يمكن لها استقبال ٣ ملايين زائر في العام .

#### ٤ - الجانب التطبيقي في الخطة :

ذكرنا فيما سبق ان خطة تنمية مشروع لانجدوك روسيليون كنموذج للتخطيط السياحي الاقليمي قد تضمنت عدة عمليات متتابعة تمثل اطار عمل من جانب الدولة ، ومن شركات التنمية ذات الاقتصاد المختلط ، ومن القطاع الخاص . وان كل طرف من هذه الاطراف الثلاثة كان له دوره المحدد وموارد تمويله .

وقد قامت الدولة - في شخص المهمة الوزارية - كسلطة مسؤولة عن التخطيط الشامل والرقابة والاشراف بما يلي :

— تقديم الارض سواء المملوكة لها او للسلطات المحلية او للقطاع الخاص ( عن طريق الشراء ) .

— بناء الطرق الرئيسية والطرق المتفرعة داخل الارض المخصصة للمشروع .

— تزويد المشروع بمياه الشرب .

— انشاء الموانئ الترفيهية .

— اعادة التشجير وردم المستنقعات .

— القضاء على البعوض .

وقد ادرجت الاستثمارات اللازمة لكل ذلك في موازنة الدولة . وقد بلغت هذه الاستثمارات في الخمس سنوات الاولى ( ١٩٦٦ - ١٩٧٠ ) خمسمائة مليون فرنك فرنسي وفي الثلاث سنوات التالية ( ١٩٧١ - ١٩٧٣ ) ثلاثمائة وخمسين مليون فرنك . وقد تطلب بناء المنتجعات السياحية الجديدة شراء اربعة الاف هكتار من القطاع الخاص بمبلغ مائة مليون فرنك اي بواقع ٢٥ الف فرنك للهكتار من الارض . وكانت القاعدة في الحصول على هذه الاراضي المطلوبة للمشروع الشراء بالوسائل الودية في حين كان استخدام حق الدولة في نزع الملكية هو الاستثناء . وكانت هذه الارض بوجه عام لا تزور .

ورغبة في تفادي المضاربة في اسعار الاراضي بعد الاعلان عن المشروع ، فقد اتخذت الدولة الخطوات اللازمة للشراء في مرحلة سابقة على الاعلان عن اتجاه الدولة الى تنفيذ خطة التنمية السياحية للاقليم ، واية ذلك انه تم شراء ١٢٥٠ هكتار قبل

انشاء جهاز المهمة الوزارية للمشروع من طريق طرف ثالث . وقد استخدم سعر الشراء لهذه المساحة كمييار .

وفي مرحلة ثانية استخدمت الدولة طريقين قانونيين :

— تقرير المنفعة العامة لباقي الاراضى المطلوبة للمشروع ، وقد سمح ذلك بشراء غالبية هذه الاراضى بالطرق الودية بالسعر السابق والحصول على الباقي من طريق نزع الملكية مقابل التعويض بنفس السعر .

— اعلان حجز الاراضى المحيطة بالمشروع للتنمية ، كاسلوب لاقامة حزام عازل يحمى هذه الاراضى من تدخل المضاربين فى تنفيذ الخطة عن طريق الانشاءات العشوائية على مداخل المنتجعات السياحية الجديدة . وتطبيقا لذلك ووفقا للقانون الفرنسى فان اى تصرف بالبيع فى الارض يجب ان يبلغ للدولة اولا ويكون لها فى هذه الحالة الخيار الاول فى الشراء . فاذا رفضت الدولة عرض مالك الارض ، فانه يكون بالخيار بين ان يلقى فكرة البيع كلية وبين ان يقبل البيع بالسعر الذى يحدده خبير مشتم حكومى كما هو الحال المتبع فى اجراءات نزع الملكية للمنفعة العامة فى فرنسا . ولقد اشترت الدولة طبقا لهذه الاجراءات حوالى ٢٥ ألف هكتار من الاراضى .

وتشمل شبكة الطرق المتعلقة بهذا المشروع عدة طرق سريعة تتصل بالطريق الاقليمى الرئيسى تحت الانشاء بين وادى نهر الرون وبين اسبانيا وبوردو . وهذه الطرق السريعة تصل بين الوحدات السياحية المختلفة دون المرور بمراكزها الداخلية . اما الوصول الى داخل كل منتجع سياحى فيكون عن طريق طرق تحويلية فرعية الى مراكز تجمع السيارات ووسائل النقل حتى يخف ضغط حركة المرور عن داخل كل منتجع سياحى . هذا ولم تعالج الطرق من وجهة نظر كونها سبيلا للمواصلات فحسب وانما صممت شبكتها لتجمع بين الجوانب الوظيفية والجمالية والبشرية عن طريق فريق تخطيطى موحد يضم المهندس المدنى والمهندس المعمارى وخبير التنسيق الجمالى ولذلك فقد خطت الطرق بشكل يشمر السائحين منذ دخولهم فيها انهم فى الطريق الى بيئة سياحية ترفيهية لقضاء اجازة سعيدة فى منطقة بانورامية بعيدة من التلوث ومحاطة بالمناطق الخضراء .

وقد تكلفت شبكة الطرق والاتصالات لهذا المشروع حوالى ٢٥٠ مليون فرنك فرنسى شاملة كافة الاعمال المدنية والهندسية والتخطيطية والجمالية . اما مياه الشرب وكانت مشكلة رئيسية من مشاكل اقليم لانجدوك روسيليون ، فقد اشتمل التخطيط على شق فرع لنهر الرون وحفر آبار جديدة فى وادى روسيليون مما ترتب عليه ايجاد مصادر مياه تضمن امداد السائح بمتوسط ٢٥٠ - ٤٠٠ لتر مياه يوميا صيفا بالإضافة الى مائة وخمسين لتر مياه للزراعة . وقد تكلفت مشروعات المياه ٢٤ مليون فرنك .



أما بالنسبة للمرافق الترفيهية ( المارينا ) فلم تكن موجودة في الاقليم قبله وضع خطة التنمية السياحية لمشروع لانجدوك روسيليون بل كان الساحل كله من مرسيليا الى البيرينيه خاليا منها الا ثلاث موان تجارية هي تيت - بورلا نوفيل - بورت فندريس ، وكانت التجهيزات المعاونة لرياضة الشراع او رياضة اليخوت والرياضات المائية بوجه عام بدائية وكانت اليخوت القليلة العدد الموجودة في ذلك الوقت تتخذ مرفأ لها في الانهار وكان بعضها صعب الوصول اليه .

ولذلك فقد اخذ تخطيط استخدامات الارض في اعتباره ايجاد مرافق ترفيهية تنسج لعدد كبير من اليخوت والقوارب السريعة والتي اصبحت هواية منتشرة في فرنسا وفي غرب اوربا . واعتمد كمعدل قارب واحد لكل ٢٥٠ من سكان الاقليم او السائحين وهو معدل اقل بكثير من المعدل السائد في الولايات المتحدة وهو ١ : ٢٥ . ولذلك فقد تضمن التخطيط انشاء عشرين مرفأ ترفيهيا او مارينا سياحيا في اقليم لانجدوك روسيليون تنسج عند اكتمالها الى ١٥ ألف يخت وقارب سريع ، وتفصيلها كالآتي :

— سبعة مرافق ترفيهية يتسع كل منها لعدد من اليخوت يتراوح بين ألف والفين . من ذوى الفاطس الذى يزيد عن ثلاثة امتار وبها ورش كاملة للاصلاح والصيانة وكافة التجهيزات وقطع الغيار .

— ثلاثة عشر مرفأ صغيرا يتسع كل منها لعدد من اليخوت من ٤٠٠ الى ٨٠٠ من ذوى الفاطس الذى يتراوح بين مترين ونصف وثلاثة امتار ويشمل كافة الخدمات والتسهيلات المشار اليها فيما سبق .

وقد روعى الا تزيد المسافة بين كل مرفأ وما يليه عن عشرة اميال بحرية لضمان السلامة في حالة المناخ السيئ . وفضلا عن ذلك يجب الا ينشأ المرفأ الا في بقعة تسمح طبوغرافيتها بسهولة التشييد بتكلفة معقولة ، وان يخطط المرفأ بشكل يعتبر به عنصر جذب سياحي ومحور تنمية اقتصادية للمنطقة التى يقع فيها . وقد تكلف انشاء هذه المرافق حوالى مائة مليون فرنك .

وقد انشئت وحدة ابحاث بحرية كجزء من برنامج تنفيذ الخطة لاجراء الدراسات الدائمة للترسيب والنحر واتجاهات الريح والمد والجزر .. الخ .

#### برنامج التنفيذ لشركات الاقتصاد المختلط :

وبعد ان وضع برنامج تنفيذى يمثل مراحل التنفيذ في مختلف المراحل او المنتجعات السياحية الست ، بدأت شركات الاقتصاد المختلط في الظهور في الصورة وتركزت وظيفتها في تنمية وتحسين المواقع التى نقلت اليها من الدولة ثم بيع هذه المواقع الى القطاع الخاص . ومثال ذلك تزويد المناطق المختلفة بمنافذ توزيع الطعام والشراب ، والمناطق الخضراء ، والمناطق السياحية والترفيهية العامة والخدمات

المختلفة وفقا للخطة الموضوعية والتي تشترك فيها المجالات التي تقع هذه المناطق في اختصاصها .

وقد تم تمويل كل هذه العملية عن طريق قروض قصيرة الاجل من بنك الودائع والبنك الوطني للتنمية العمرانية والعقارية بسعر فائدة في حدود ٣ ٪ سنويا فقط . وتلقت كل شركة ذات اقتصاد مختلط قرضا بلغ حوالي ٤٠ مليون فرنك على مراحل تقدم العمل .

ورغم ان هذه الشركات لم تكن تهدف الى الكسب ، فانها كانت ملتزمة خلال مدة حياتها ( ١٢ سنة فقط ) الى ان تعادل ايراداتها ومصروفاتها بصورة لا يتخلف عنها خسارة علما بان تكليف هذه الشركات حملت على ثمن الأرض والتي تباع بعد ذلك للقطاع الخاص لاستغلالها .

وقد بيعت المواقع التي تم تحسينها بواسطة هذه الشركات الى القطاع الخاص مع مواصفات استخدام كل موقع . ففي بعض المواقع تبنى مساكن خاصة ( فيلات ) فقط وفي بعضها عمارات سكنية ، وفي مواقع أخرى مكاتب وفي مواقع أخرى فنادق وفي مواقع أخرى مراكز اجازات باختلاف أنواعها . وبالإضافة الى ذلك قيدت هذه المواصفات مستمرى القطاع الخاص والمقاولين بشكل البناء وارتفاعه والكثافة البنائية ولون البياض الخارجى ومساحة مواقف السيارات والجراجات بل ومواصفات الاساسات . وقد قدرت اسعار البيع للقطاع الخاص على اساس المساحة البنائية الاستغلالية وليس المساحة الكلية للأرض وكان سعر المتر المربع يتراوح بين ١٨٠ و ٢٠٠ فرنك .

### خاتمة :

هذه هي الخطوات العامة لتخطيط مشروع لانجلوك روسيليون . ويلاحظ انه كان تخطيطا شاملا تفصيليا نجح فيه الفرنسيون نجاحا أصبح مضرب الأمثال في مجال التخطيط السياحي ، وذلك لضخامة حجم المشروع كأكبر مشروع تخطيط سياحي اقليمي في أوروبا ، ولاشتمال التخطيط على كافة التفاصيل التي اعتبرت مقومات أساسية لنجاحه .



## الباب الواحد والعشرون

### تخطيط ساحل البحر الادرياتيكي يوجوسلافيا

١ - مقدمة :

لاشك انه حدث تطور كبير في يوجوسلافيا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وجهته الدولة بوجه عام في التنمية الاقتصادية والاجتماعية . الا ان هذه التنمية لم تحدث بصورة آتية وبشكل متوازن في جميع انحاء الدولة نتيجة اسباب عديدة منها تباين الظروف الاجتماعية والاوضاع الاقتصادية في مختلف اقاليم الدولة ولأن الهدف الاساسي من خطة التنمية الشاملة هو استحداث انماط متناسقة من التنمية في الدولة ككل ، فان التدابير اللازمة لتحسين اوضاع الاقاليم الأقل حظا من التنمية كانت تتخذ بصورة اسرع في هذه الاقاليم .

وهذه الظروف المتغيرة والامكانات المتعددة ومستويات التنمية المتفاوتة جعلت السواحل اليوجوسلافية على البحر الادرياتيكي مختلفة المستوى بشكل واضح فتشمل مناطق بلغت من التنمية والتقدم شأنا كبيرا ومناطق لاتزال تنميتها في اطوارها البدائية . فالساحل الجنوبي ليوجوسلافيا يعتبر بوجه عام اقل اقاليم الدولة حظا من التنمية ، كما ان الأرض الخلفية المتاخمة للساحل الجنوبي اقل حظا من التنمية من المنطقة الساحلية ذاتها . ولذلك استهدفت سياسة تنمية الشواطئ اليوجوسلافية رفع المستوى الاقتصادي للجمهوريات ( الولايات ) الاجنوبية المتاخمة للبحر الادرياتيكي على اساس تعميم الاستفادة من حركة النقل البحري للأشخاص والبضائع وما يقوم عليها من صناعات مساعدة وعدم تركيزها في مواقع محدودة على الساحل كما كان الحال ، خاصة وان يوجوسلافيا تقع على الطريق الرئيسي للحركة السياحية في البحر المتوسط . وغير خاف ان الدول الاوروبية الواقعة على البحر الابيض المتوسط تستأثر بنسبة تصل الى حوالي ٩٠٪ من حركة السياحة في هذه المنطقة وحوالي ٦٠٪ من حركة السياحة في اوروبا . وقد اصبح العمل على سرعة تنمية هذه الاقاليم الساحلية اليوجوسلافية واجبا بعد اتمام بناء الطريق الرئيسي الساحلي وامراميسورا بانشاء انماط متعددة من الانشاءات والتسهيلات السياحية بما يتجاوب مع اتجاهات الطلب السياحي السريع الخطى .

ولا شك ان السلطات الحكومية اليوجوسلافية ومخططي مشروع تنمية الاقاليم الساحلية الجنوبية ليوجوسلافيا كانوا متنبهين الى خطورة النمو العشوائي غير

المخطط ، والى المزايا الاقتصادية الكبيرة ، والتي يمكن أن تترتب على زيادة الحركة السياحية الى هذه الاقاليم ، لذلك فقد لجأت الحكومة اليوجوسلافية الى برنامج المعونة بالامم المتحدة لمساعدتها في اعداد وتمويل خطة طويلة الامل للتنمية السياحية لاقليم جنوب الادرياتيكي فوافق مجلس اذرة برنامج المعونة للامم المتحدة على المشروع في يناير ١٩٦٧ وبدأ العمل بواسطة فريق مكون من خبراء ست دول اوروبية في تحضير واعداد الخطة . واكمل مشروع تنمية الاقاليم الجنوبية للادرياتيكي في سنة ١٩٦٩ ، كما امتد العمل بعد ذلك الى اقاليم شمال الادرياتيكي كاستمرار منطقي للمشروع الأول ، واكمل هذا المشروع الاخير سنة ١٩٧٢ وبذلك اصبح الساحل اليوجوسلافي الادرياتيكي كامل التنمية السياحية من الحدود النمساوية في الشمال الى الحدود الالبانية في الجنوب شاملا الجزء اليوجوسلافي من جبال الالب .

## ٢ - اهداف المشروع :

استهدفت خطط التنمية السياحية لاقاليم البحر الادرياتيكي تنسيق امكانيات التنمية للوصول الى تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة لجميع الاقاليم بغية افادة المواطنين اليوجوسلافيين فيها والمجتمع بوجه عام .

ووضعا لهذا الهدف في الاعتبار فان العمل في وضع التخطيط المطلوب لهذه الاقاليم تأسس على ان مختلف النشاطات فيها يجب ان تنسق بشكل متكامل به هذه الاقاليم الداخلة في المشروع مع باقي اقاليم يوجوسلافيا الاكثر حظا من التنمية . وكانت اهداف التخطيط الطبيعي كما يلي :

— تحديد المناطق كوحدات اقتصادية اجتماعية تعتبر بها محاور تنمية وتحديد الاناث التي يمكن ان ترتبها التنمية على مناطق الارض الخلفية الاقل حظا من التنمية .

— وضع هياكل النشاطات الاقتصادية والاجتماعية في الاقليم المخطط بكامله على خرائط وتحديد وتنسيق تفاعل هذه النشاطات طبيعيا اقليميا واقتصاديا في اطار تنمية شاملة طويلة المدى للاقليم مع برمجة التنفيذ على مراحل .

— تحديد الدور الذي تقوم به السياحة بنوعها الدولية والداخلية كعامل من عوامل التنمية ، ووضع اطار يحدد مداها كما وكيفا وهياكلها وخصائصها .

— ضمان توزيع وظيفي عادل للتجهيزات والتسهيلات والانشاءات على اساس الخصائص الطبيعية للاقليم وما به من موارز متاحة مع الاخذ في الاعتبار حماية البيئة الطبيعية بكاملها .

— انشاء مستوطنات بشرية بهياكلها الاقتصادية والاجتماعية والسياحية بصورة تناسب مع الاهداف السابقة وتساعد على رفع مستوى معيشة السكان .

### ٣ - الخصائص المحددة لاقليم المشروع :

ان الخصيصة الرئيسية المحددة لقيمة اقليم او اقاليم المشروع هو انه متاخم للبحر بواجهة تمتد لمئات الكيلومترات ويتغلغل في ذات الوقت الى الداخل بحيث يربط بين البحر ووسط اوربا . ولعل هذه الخصيصة الطبيعية هي السبب الرئيسي لزيادة السائحين ليوجوسلافيا ، وتخلق في ذات الوقت ظروفا مواتية لتنمية الاقتصاد للاقليم الذي يتفاعل بدوره مع السياحة كمورد اقتصادي هام ليوجوسلافيا .

وينقسم الاقليم موضوع التخطيط - جغرافيا - الى ثلاث مناطق : -

-- انجزر من مختلف المساحات وتمثل فيها جميع الظروف المناخية والجغرافية السائدة في حوض البحر الابيض المتوسط .

— الشريط الساحلي والذي يمتد بين البحر والجبال في الداخل ويتسع احيانا لمناطق زراعية كبيرة .

— الجبال التي تتغلغل في الارض الخلفية لمسافة ١٠٢ كيلو مترا احيانا وتمتد بمحاذاة الساحل الادرياتيكي . ويبلغ ارتفاع بعض قمم هذه الجبال ٢٨٠٠ متر . وهذه الطبيعة الجغرافية المتباينة للاقليم تنبلسور في ثلاثة انواع من المناخ ( مناخ البحر الابيض ومناخ اوروبى ومناخ منطقة جبال الالب ) .

اما الشريط الساحلي فهو بذاته يضم انواعا من الشواطى المختلفة الطبيعية والوانا من اللاندسكيب تنفى عنه ضفة الرتبة وتضفى عليه جذبا طبيعيا وبخاصة اذا اضيف اليه التراث الحضارى المتمثل في المستوطنات والقرى القائمة والتقاليد والعادات الاوروبية الربية والشرقية والاسلامية ( في الجنوب ) فضلا عن الصناعات البيئية المتميزة .

### ٤ - خصائص الخطط وهياكلها :

ظهرت الحاجة الى اعداد خطة اقليمية شاملة للتنمية السياحية في اقليم البحر الادرياتيكي لتأكيد المعنى الذي قائم اتفا من ان التخطيط الطبيعي هو الطريق الوحيد لضمان تحقيق تنمية متوازنة اقتصادية واجتماعية .

وحتى تكون الخطط فعالة ، كان لابد من تغطية مستويات ثلاثة تتطلب دراسات الخطط الاقليمية ، ودراسات الخطة الشاملة الرئيسية ، ودراسات الخطط التفصيلية .

**- دراسات الخطط الإقليمية الطبيعية** تغطي مساحة خمسين ألف كيلومتر مربع ممتدة من الحدود التساوية في الشمال وتشتمل على أجزاء تدخل في أربع جمهوريات يوجوسلافية ، وتسعة ونمانيين مجتمعا محليا Commune يعيش فيها حوالي مليونين وثلاثمائة ألف مواطن .

هذه الدراسات التخطيطية الإقليمية تعطي مؤشرات عامة وخطوط إرشادية لاستراتيجية التنمية في الإقليم بالكامل شاملة مبادئ استخدامات الأراضي ، واتجاهات وحدود التنمية عن طريق النشاطات الاقتصادية ( الإنتاجية ) وغير الاقتصادية ، الأنواع المختلفة للمواصلات والنقل وغير ذلك من المرافق الأساسية ، وأخيرا شبكة المستوطنات البشرية مع تحديد لحجم المد السكاني إلى الإقليم في المستقبل . أما دور السياحة وأنماطها وتركيبها الهيكلية فيظهر في هذه الدراسات محددا حسب المكان والمنطقة داخل إقليم الدراسة .

- أما دراسات الخطة الشاملة الرئيسية فقد تمت بشأن خمس مدن مختارة وجزيرتين مع تحديد نقطة ارتكاز رئيسية تمثل محور الجذب الإنمائي في الإقليم Zone of gravitation والفارق بين هذا المستوى من الدراسات والمستوى الإقليمي السابق أن السياحة تظهر هنا كمحور رئيسي للتنمية في حين أنه في مستوى الدراسات الإقليمية تعتبر السياحة مجرد قطاع من قطاعات التنمية الإقليمية المتاحة .

فالسياحة في هذا المستوى الشامل من الدراسات والخطط تعتبر هي نقطة الارتكاز التي تتطلب الالتفات إلى تحليل معطياتها الرئيسية في الإقليم ومشاكل ومواقف تنميتها لوضع الحلول المختلفة لها . وبالتالي فإن أهداف الخطة الشاملة الرئيسية للإقليم تستمد من الخصائص السائدة في كل منطقة وفي ذات الوقت تستند إلى ما تم من دراسات إقليمية باعتبارها الإطار العام لها . وكنيجة للتفاعل بين الظروف الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية فإن هذه الخطة الرئيسية الشاملة تعتبر بدورها إطارا تستند إليه الخطط التفصيلية .

**- دراسات الخطط التفصيلية** وقد وضعت لعدد ٢٣ موقعا سياحيا تقرر إقامتها في الإقليم موضوع التخطيط بالإضافة إلى مدينتين . وشملت هذه الدراسات الأسواق السياحية الخارجية المحتملة طبقا لأنماط السياحة التي وردت في خطة السياحة الشاملة الرئيسية مع التنبؤات الإحصائية للطلب السياحي المستقبل على المواقع المختارة . وكمرحلة نهائية أعدت مخططات عامة وتصميمات كاملة للمواقع مع دراسات جدوى مبدئية ( ما قبل الاستثمار ) لكل موقع سياحي متضمنة مختلف المقومات والأنواع من وسائل الإقامة والنشاطات الترفيهية والتجارية اللازمة .

هذا التابع بين المراحل الثلاث المتداخلة من عملية التخطيط استخدامات كأدوات مفيدة للحكم على مستقبل السياحة في الاقليم موضوع التخطيط بحيث يمكن للمستثمرين بعد ذلك الاستفادة من هذه الدراسات بانواعها لوضع دراسات الجدوى الكاملة لمشروعاتهم بحيث تخرج هذه الدراسات اكثر دقة في بيان المستقبل الاقتصادي لكل مشروع .

## ٥ - التصور الاقليمي للتنمية السياحية :

قامت خطط التنمية السياحية في اقليم البحر الادرياتيكي على اعتبار اساسي هو ضرورة استثمار كافة العناصر الإيجابية التي تصلح للجذب السياحي لهذا الاقليم بدءا من تحليل دوافع السائحين اليه الى ما يجب ان يزود به الاقليم من عناصر جذب ومرغبات سياحية اضافية بتعبئة كافة الموارد والخدمات المتاحة او الممكنة في الاقليم مع كثير من الخيال الغصب والتصور العلمى .

فالسياحة هي القاسم المشترك وفي بعض الاحيان النشاط الوحيد في مختلف اجزاء اقليم ساحل البحر الادرياتيكي . وتؤكد اهمية السياحة من واقع ان التوزيع المكاني لسائر النشاطات الاقتصادية ( الصناعة والزراعة والتجارة البحرية ) كان متناظرا وغير منظم . ورغم ان السياحة كششاط تستخدم ٣٠٪ من القوة العاملة في الاقليم من بينها نسبة ١٨ ٪ عماله دائمة ، فانها لا تزال تعتبر القوة الاقتصادية الوحيدة المتنامية في هذا الاقليم . ولهذا فان خطط التنمية الاقتصادية للاقليم يجب ان تبنى بصورة اساسية على النشاط السياحي . ومع ذلك لم يكن في اعتبار المخططين الاكتفاء بالسياحة كمحور للتنمية الاقليمية لكى يتفادى خطورة الاعتماد على العنصر الاقتصادي الوحيد للتنمية . لذلك فقد امتد التخطيط الى نشاطات جانبية كثيرة اهمها الصناعات الغذائية وصناعة الاثاث ومعدات وتجهيزات الفنادق وغير ذلك كثير مما يستلزمه النشاط السياحي في ذات الاقليم موضوع الخطة او في المناطق الاخرى المجاورة . هذه الى جانب النشاطات البحرية والزراعية .

وهذا التنوع في النشاط الاقتصادي من شأنه توسيع القاعدة وزيادة احتمالات رفع مستوى المعيشة في الاقليم والقضاء على مشاكل موسمية العمالة في صناعة السياحة .

## مدى وحجم التنمية السياحية على المدى الطويل :

بنيت المرحلة الاولى في تخطيط التنمية السياحية للاجل الطويل على الامكانات والموارد الطبيعية ، ولكن سرعان ما تبين عدم كفاية المعلومات المجمعة لوضع سياسة تنمية اقتصادية كافية ، ولذلك فقد اعيد النظر في النتائج على ضوء مؤشرات أخرى

قد تؤدي الى تحديد مدى وحجم التنمية مثل مشاكل مياه الشرب ، والعمالة ، والنقل وغير ذلك والتي اعتبرت من المشكلات الصعبة في بعض المناطق وفي بعض الجزر بوجه خاص .

وينبغي تخطيط العرض السياحي على عنصر أساسي هو طاقة مجال الإقامة والتي تعتبر من الناحية الاقتصادية ( الدخل بالعملات الحرة : الاستثمار والعمالة ) المكون القوي للتنمية السياحية . أما غير ذلك من عناصر العرض السياحي فهي تتبع تخطيطها طاقة وهياكل مجال الإقامة وتتحرك معها . ومن المعلوم انه قبل تخطيط طاقة الإقامة يتعين تقييم الخصائص الكمية والكيفية للطلب السياحي المستقبل . وبافتراض ظروف سياسية مستقرة وسلام شامل ، فان امكانيات السوق السياحي يمكن ان تتزايد بما يؤدي الى توسيع قاعدة التنمية السياحية في الاقليم محل التخطيط بشرط الا يتصادم النشاط السياحي مع غيره من النشاطات فيه ، وان يكون هناك استخدام امثل للأرض وحماية كافية للبيئة .

وبهذا يمكن القول بأنه اذا خضعت خصائص وموارد الاقليم لاستخدام عقلاني رشيد واذا وضعت اتجاهات السياحة العالمية في الاعتبار ، فان التنمية السياحية في ساحل البحر الادرياتيكي لن تتأثر سلبا بسبب نقص في الطلب .  
وتحديد الطاقة المثلى للساحل ينبغي على مايلي :

-- المساحة الشاطئية التي تخصص لكل مستحم - وتقدر بحوالي ثمانية امتار مربعة - وقد تختلف زيادة او نقصا حسب طبيعة الساحل واتساع الشاطئ .

-- ان نسبة من يتواجدون على الشاطئ في اى وقت خلال موسم الذروة لا يزيد عن مائة من كل مائة وأربعين فردا أى نسبة ٧١.٥٪ .

-- الاخذ بالتخطيط كعملية مستمرة لا تقف عند وقت او حد معين .

وخطة التنمية الطويلة الاجل ( حتى سنة ٢٠٠٠ ) تعتبر وثيقة فنية تعطي مؤشرات تمثل الحد الامثل لاستخدام البيئة والموارد المختلفة . ولذلك فانه يجب النظر اليها كإطار عام يوجب مرونة التقيد بها في حدود انها تفسح الحدود القصوى لاستخدام المساحات الأرضية حتى يمكن تفادي اخطار التنمية العشوائية التي تقوم عادة في غيبة من التخطيط العلمى وعلى اساس طاقات زائدة تؤدي الى تدهور كامل في الموارد والبيئة .

اما سرعة تنفيذ الخطة فتتوقف على مصلح الاستثمار وهياكله في مراحل التنمية المختلفة ، وفي ذات الوقت فان المراجعة الدورية للتنمية طويلة المدى ( كل ثلاث سنوات مثلا ) تسمح بتصحيح العناصر المختلفة للخطة على ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية المتغيرة .



## برنامج التنمية :

تضمنت الخطط التفصيلية امكان استخدام ١٥٪ من ٦١١٦ كيلو مترا مربعا وهو حجم الاقليم الساحلى بالكامل للسياحة دون ما تغير فنى او اقتصادى فى المرافق الاساسية . فاذا اخذنا فى الاعتبار حماية البيئة وواقع ان حوالى ٥٥ ٪ من الطاقة المتاحة يجب حجزها للسائحين المواطنين والعابرين من السياحة الدولية ، فانه يمكن احتساب ان الحاجة تدعو الى ٢١٨.٠٠٠ سائح على الشواطئ ، ولذلك كان لابد ان تشمل الخطة على زيادة سكانية بنسبة ١٥٠٪ وعلى زيادة فى الطاقة السياحية الى حوالى خمسة اضعاف الطاقة الحالية .

### المعلومات الشاملة عن الطاقات والاستهلاك

#### ١ - طاقة الإقامة ( عدد الأسرة )

##### ( أ ) طاقات الاستقبال الأساسية

المجموع	شمال الادرياتيكي	جنوب الادرياتيكي
العدد	٦٢٨.٠٠٠	٢٩٠.٠٠٠
هـ ١	٦٨٤	٣١٦
هـ ٢	٤٣٤	٢٧٠

##### ( ب ) الطاقات التكميلية

العدد	٧٠٢.٠٠٠	٤٩٤.٠٠٠
هـ ١	٥٨٧	٤١٣
هـ ٢	٥٦٦	٦٣

##### ( ج ) المجموع

العدد	١.٣٣٠.٠٠٠	٧٨٤.٠٠٠
هـ ١	٦٢٩	٣٧١
هـ ٢	١٠٠	١٠٠

#### ٢ - متوسط الاشغال السنوى

عدد الايام لكل سرير

##### ( أ ) طاقات الاستقبال الأساسية

عدد الايام سنويا	١٤٤٥	١٤٤٥	١٤٤٥
------------------	------	------	------

الاجموع	شمال الادرياتيكي	جنوب الادرياتيكي	(ب) الطاقات التكميلية عدد الايام سنويا
٥٧٦	٥٩٢	٥٦٥	(ج) المجموع
٩٦٦	٩٩٤	٨٩٠	عدد الايام سنويا
٣ - الحركة السياحية ( بالالف ليلة )			
( ا ) الداخلية			
٧٧٧٠٠	٥٢٣١٠	٢٥٣٩٠	- العدد
١٠٠	٦٧٣	٣٢٧	- هـ ١
٣٨٤	٣٩٥	٣٦٤	- هـ ٢
(ب) الدولية			
١٢٤٤٠٠	٧٩٩٩٠	٤٤٤١٠	- العدد
١٠٠	٦٤٣	٣٥٧	- هـ ١
٦١٦	٦٠٥	٦٣٦	- هـ ٢
(ج) المجموع			
٢٠٢١٠٠	١٣٢٣٠٠	٦٩٨٠٠	- العدد
١٠٠	٦٥٥	٣٤٥	- هـ ١
١٠٠	١٠٠	١٠٠	- هـ ٢
٤ - متوسط الانفاق اليومي للسائح ( في الليلة ) ( بالتولار الامريكي )			
٨٣٠	٩٥٠	٥٧٠	- السياحة الداخلية
١٢٤٠	١٣٥٠	١٠٤٠	- السياحة الدولية
١٠١٠	١١٩٠	٨٧٠	- المتوسط العام
٥ - مجموع الاستهلاك السياحي ( بالالف دولار )			
( ا ) الداخلية ( بالعملة المحلية )			
٦٤٢٠٣٠	٤٩٧٨٩٠	١٤٤١٤٠	- الدخل
١٠٠	٧٧٥	٢٢٥	- هـ ١
٢٩٨	٢١٦	٢٣٧	- هـ ٢

المجموع	شمال الادرياتيكي	جنوب الادرياتيكي
---------	---------------------	---------------------

## (ب) الدولية ( بالعملة الحرة )

الدخل	١٥٤٢٤٩٠	١٠٧٨٩٣٠	٤٦٣٥٦٠
هـ ١	١٠٠	٦٩٩	٣٠١
هـ ٢	٧٠	٦٨٤	٧٦٣

## (ج) المجموع

الدخل	٢١٨٤٥٢٠	١٥٧٦٨٢٠	٦٠٧٧٠٠
هـ ١	١٠٠	٧٢٢	٢٧٨
هـ ٢	١٠٠	١٠٠	١٠٠

## ٦ - النتائج القومية

الدخل ( بالالف دولار امريكي )	١١٧٥٦٠	٨٤٢٦٢٠	٣٣٢٩٨٠
على مستوى العامل الواحد ( بالدولار امريكي )	٣٥٥٠	٣٧٦٠	٣٠٩٠

## ٧ - الاستثمارات

بالوحدة ( بالدولار )	٣٠٠٠	٣٣١٠	٢٥٠٠
مجموع العمالة ( بالدولار )	٨٧٩٠	٩٢٣٠	٧٩٢٠
نسبة الناتج القومي (بالدولار)	٥٤٠	٥٢٢	٧٨٧
نسبة الى مجموع الاستهلاكات			
بالعملة الحرة	٢٩٠	٤٠٨	٤٢٢
مجموع الاستثمارات ( بالالف دولار )	٦٣٥٨٠٠٠	٤٤٠١٣٠٠	١٩٥٦٧٠٠

حيث هـ ١ = نسبة الامتداد الهيكلى الافقى

هـ ٢ = نسبة الامتداد الهيكلى الراسى

ولم تشكل الخطة نموذجاً موحداً للتخطيط الطبعمى التفصيلى للتنمية السياحية يطبق على جميع الوحدات السياحية بل تختلف هذه الوحدات حجماً وتصميماً ومستوى تبعاً لاختلاف الاهداف التفصيلية لمختلف المناطق والظروف الطبيعية لكل منطقة وتحليل العرض والطلب بالنسبة لها ومدى امكان توفر الخدمات لعنصر الإقامة من مرافق اساسية ومواصلات ونقل وعمالة . ولذلك يتراوح حجم الوحدات السياحية بين ٨٠٠٠ سرير و ٩٨٠٠٠ سرير ، وهى فى حقيقتها وحدات يستقل كل

منها عن الآخر ولكنها مكملة كل منها للآخرى مكونة ما يسمى بالعروض السياحي في اقليم البحر الادرياتيكي اليوجوسلافي . وكل من هذه الوحدات السياحية ينقسم الى مجموعات مركزة من الخدمات والتسهيلات السياحية يتراوح حجمها بين ٢٠٠ و ١٢٠٠٠ سرير ويعتبر الحجم المتوسط هو خمسة آلاف سرير وذلك لتسهيل الحفاظ على البيئة ولتركيز الادارة في مجموعات يمكن السيطرة عليها لضمان مستوى رفيع من الخدمات . أما المساحات المتعددة بين الوحدات السياحية فتترك حرية طبيعية دون تنمية لاماكان استيعاب الزوار اليوميين الذين يؤثرون الحرية وعدم التقيد بالقيود السائدة في الوحدات السياحية .

اما التكامل الاقليمي والوظيفي الواسع وهو واحد من الشروط الاساسية للسياحة الترفيهية على الشواطئ بالمعنى الحديث فيعبر عنه بما يلي :

— ان البحر الادرياتيكي هو امتداد مائي مغلّق بساحلين متكاملين وهما الساحل اليوجوسلافي والساحل الايطالي .

— تكامل البحر مع الجزر مع الارض الخلفية عن طريق انشاء شبكة طرق كافية .

اما شبكات المواصلات على الطرق البرية والسكك الحديدية والبحرية والجوية فيمكن تقسيمها الى ثلاثة اقسام :

— طرق تربط الاقليم طويلا فتستير متوازيه مع الساحل .

— طرق تربط الساحل مع الارض الخلفية ( طرق مستعرضة ) .

— طرق تربط الساحل اليوجوسلافي مع الساحل الايطالي وارضه الخلفية ( بحرية ) .

وقد حرص مخططو التنمية السياحية للاقليم على ضمان مستوى مرتفع من خدمات النقل والمواصلات مع تنوع الشبكات وخلق برامج ودورات سياحية دائرية تشمل يوجوسلافيا ككل وتربط بين يوجوسلافيا وايطاليا . ويضاف الى ذلك الاهتمام الشديد بتنمية السياحة البحرية نظرا للامنة طبيعة الساحل اليوجوسلافي لهذا النوع من السياحة بخصيصتين : الاولى تدرج البحر عمقا ، والثانية كثرة عدد الجزر على الساحل ( ٧٢٥ جزيرة منها ٦٦ جزيرة بها سكان ) مما ترتب عليه وصول عدد القوارب البخارية واليخوت الى ٢٦ الفا ، وعدد العاملين بهذا النوع من السياحة الى ٨٦ ألف فرد في عشر سنوات ( حتى سنة ١٩٧٠ ) وكان عدد القوارب ٢٩٦ وعدد العاملين ٩٤٦ عام ١٩٦٠ . كل ذلك ادى الى استحداث مرافق ترفيهية جديدة وتحديث القديمة وتوسيع طاقاتها مما كان له اثر كبير على اقتصاديات الجزر اليوجوسلافية التي كانت تعاني من انخفاض مستوى المعيشة .

## الباب الثاني والعشرون

### الخطة القومية لتنمية السياحة

#### في مصر

حددت الخطة القومية للسياحة في جمهورية مصر العربية التي قام بوضعها فريق الخبراء الألمان عام ١٩٧٨ أن مصر لديها من كنوز الثروة وامكانيات طبيعية مختلفة يجب أن يتم تسويقها سياحيا على أساس مبدأ أساسي يجب تبنيه وهو :

« منتج سياحي متميز لاسواق سياحية متميزة »

ومفاد ذلك أن مصر بوضعها الجغرافي البعيد نوعا ما عن مصادر الحركة السياحية في العالم وأهمها أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية وأمريكا اللاتينية واليابان وأستراليا وما يعنيه ذلك من ارتفاع تكلفة النقل الجوي إلى مصر ، وزيادة الوقت اللازم لتغطية الرحلة إلى مصر فضلا عن ضرورة زيادة معدل الإقامة في مصر عن معدلها الحالي مما يلزم معه التركيز على السياحة بتركيبها المتميز أي اجتذاب أعداد من السائحين ذوي الدخل المرتفعة نسبيا تمثل الطبقة فوق المتوسطة والطبقة الأعلى وهي طبقة الموسرين والمتقنين ذوي الدخل المحدودة أو من الطبقات الشعبية . وليس معنى ذلك أننا نستطيع اجتذاب أصحاب الملايين لأن مصر ليست معدة سياحيا لذلك .

وقد قامت تلك الخطة بوضع جدول للتنبؤ العلمي بأعداد السائحين المحتملين لمصر عقب دراسة ميدانية متعمقة لمصادر السياحة الدولية تبين منها ما يلي عن المدة من ١٩٧٦ حتى ١٩٩٠ .



## ما تراه الخطة من الصورة السياحية لمصر في الاسواق الخارجية :

اجرى فريق التخطيط دراسة ميدانية في بعض الاسواق السياحية الرئيسية لمصر وهى المانيا الغربية وفرنسا وبريطانيا وايطاليا . وقد ظهر من تلك الدراسة ان السياحة الى مصر مرتبطة ارتباطا وثيقا بالثقافة اذ اجاب المستجوبون بان مصر تتمتع بالمناطق الأثرية الفريدة مثل الاهرامات بالجيزة ووداي الملوك بالأقصر والمتحف المصرى . وكان ثانياً خصيصة اساسية من خصائص السياحة في مصر هو انفرادها بالقرابة المصطنعة بطريقة الحياة الشرقية وروح المغامرة غير المألوف .

أما الشمس وزرقة السماء والجمال الطبيعي فقد جاءت تالية للثقافة كمغربي اساسى من مرغبات زيارة مصر .

ومع اختلاف طبائع السائحين في مختلف تلك الاسواق فقد اجتمعت آراؤهم حول العناصر السلبية للسياحة في مصر وان هناك بعض الاختلاف في ترتيب أولويات هذه العناصر التى تتلخص أهمها فيما يلى (١) .

- الموقف السياسى غير المأمون .
- مناخ غير جيد .
- ضعف النواحي الصحية .
- طعام ردىء النوعية بوجه عام .
- راحة غير كافية .
- صعوبة التفاهم مع المواطنين لحاجز اللغة .
- مستوى منخفض من المدنية .
- عقلية مختلفة .

وتأكدت هذه الجوانب السلبية بدراسة مسحية أجريت في ثمانى دول أوروبية.

ورغم كل ذلك فقد جاءت نتيجة دراسة للدول السياحية المنافسة لمصر ان اليونان هى المنافس الرئيسى لمصر كمقصد لقضاء الاجازات ، فى حين جاءت تونس مثلاً آخر للدول المنافسة وهى اليونان ومصر واسبانيا والمغرب وتونس ، وبالتالي لم تدخل قبرص وتركيا واسرائيل مجال المنافسة فى الدراسة .

---

(١) راجع الخطة القومية للسياحة فى مصر طبعة ١٩٧٨ جزء التلخيص ص ٥ .

واظهرت دراسة ميدانية اجريت مع منظمى الرحلات الشاملة وشركات السياحة في احدى عشرة دولة اوروبية بالاضافة الى الولايات المتحدة ان لمصر جوانب سياحية ايجابية كثيرة منها ما يلى .

- الصورة السياحية المتميزة كدولة بها تراث اثرى وحضارى ضخم .
  - الطلب على مصر يتزايد تدريجيا باعتبارها من الأماكن الفريدة فى العالم من حيث المناظر المتباينة والأماكن الحضارية المتعددة .
  - تتمتع بمناخ معتدل خلال تسعة اشهر خلال السنة .
  - كرم الشعب المصرى وحسن وفادته للاجانب .
  - النيل كمصدر جذب هام بالنسبة للرحلات النيلية بالبواخر السياحية .
- وبينت هذه الدراسة الميدانية لضمان استمرار زيادة الطلب السياحى على مصر ضرورة اتجاه التنمية السياحية فى مصر الى امور مثل : —
- زيادة الطاقة الايوائية بوجه عام فى المناطق السياحية .
  - رفع مستوى الخدمات السياحية .
  - زيادة عدد البواخر السياحية النيلية وطاقتها .
  - استقرار الاسعار .

واضافت الدراسة ان معظم منظمى الرحلات الشاملة فى الاسواق السياحية التى شملتها الدراسة يرون ان تنمية سياحة الشواطئ فى مصر لن يترتب عليها زيادة الحركة السياحية اليها زيادة كبيرة (١) .

### **تقييم المناطق السياحية فى مصر :**

كان من اهم ما اورده الدراسة تقييما كيفيا للمناطق السياحية المصرية بالنسبة للسياحة الدولية والسياحة الداخلية انتهى الى ما يلى :



## مدى الجذب السياحي للمناطق السياحية في مصر بالنسبة الى

السائحون الدوليين من	السائحون الداخليين من	
اوروبا وأمريكا	الدول العربية	جمهورية مصر العربية والأجانب المقيمين
وادي النيل x x x x x	القاهرة x x x x x	الاسكندرية x x x x x
القاهرة x x x x	الاسكندرية x x x x	الساحل الشمالي x x x x
البحر الأحمر x x x	الساحل الشمالي x x x	( المناطق الترويجية )
		القاهرة x x x x
الاسكندرية x x	وادي النيل x x	الدلتا ( الساحل ) x x x
الساحل الشمالي x x	منطقة القناة x x	وادي النيل x x x
الواحات x x	الدلتا x	منطقة القناة x x
الدلتا x	سيناء x	البحر الأحمر x
منطقة القناة x	الواحات x	سيناء x
سيناء x	البحر الأحمر x	الواحات x

التصنيف x x x x x = جذاب جدا

x = غير جذاب

وبين هذا التقييم ان الاسكندرية والساحل الشمالي قليلة الجذب بالنسبة للسائحين من اوربا وأمريكا في حين ان البحر الأحمر متوسط الجذب . اما دلتا ومنطقة القناة وسيناء فهي غير جذابة في نظر فريق التخطيط بالنسبة للسائحين الأجانب .

وبالنسبة للسائحين العرب فان الساحل الشمالي متوسط الجذب في حين ان وادي النيل ومنطقة القناة غير جذابين بالمرة .

وقد يكون هذا التقييم - المستند الى استمارات استقصاء - محل نقد على الأقل بالنسبة الى اجزاء منه مثل الساحل الشمالي والواحات وسيناء بالنسبة للسائحين من دول اوربا وأمريكا . وقد كان ذلك بالفعل محل مناقشة بينى وبين واضعى الخطة .

## توقيت تنمية المنتج السياحي :

اقتصرت الخطة القومية للسياحة على التنبؤ بالمستقبل السياحي لمصر على نحو ما ظهر في الجدول حتى عام ١٩٩٠ باعتبار ان امتداد الزمن لاكثر من ذلك لن يكون الا ضربا من التصور غير المؤسس على قواعد علمية .

وقد قسمت الخطة الى ثلاث مراحل رئيسية هي :

الامد القصير من ١٩٧٧ - ١٩٨٠

الاجل المتوسط من ١٩٨١ - ١٩٨٥

الاجل الطويل من ١٩٨٦ - ١٩٩٠

### ١ - هيالانسة للامد القصير :

يتعين اعطاء الاولوية لتجديد عناصر السياحة القائمة واعداد المراحل التحضيرية لفتح مناطق جديدة . ويجب توجيه الاهتمام الى الاعمال التالية :

( ا ) تخطيط تفصيلي للتدابير المقترحة على المستوى القومي من اجل :

- تنفيذ استراتيجية موجهة للسياحة لحماية وتنمية المواقع الحضارية .
- فتح منظمة المتحف الجديدة في الزمالك بالقاهرة وكذلك المتاحف الاقليمية .
- تقديم السياحة المصرية بصورة موحدة واقامة مركز قومي للمعلومات السياحية
- توسيع قاعده السياحة الداخلية واماكن الترويج المحلية .
- تحسين مستوى التنسيق في التخطيط السياحي مع قطاعات انتاجية اخرى وكذلك بين النشاطات داخل القطاع السياحي ذاته .

والى جانب ذلك فان التوسيع المركز في البنية التحتية على المستوى القومي يجب ان يبدأ وبوجه خاص فيما يتعلق بالصرف الصحي والاتصالات .

( ب ) تحسين وتوسيع عناصر العرض السياحي تدريجيا من اجل الانماط التقليدية السياحية وهي السياحة الثقافية وسياحة الاعمال وسياحة المصايف .

ويجب توجيه الاهتمام نحو ازالة وتخفيف حدة النقص في قطاع الاقامة السياحية والنقل الداخلي والادارة الفعالة للسياحة حتى يمكن تلافي الآثار الضارة على الطلب وعلى الصورة السياحية لمصر . ويمكن تحقيق ذلك كله عن طريق التدابير الآتية :

- رقابة الحكومة على الاسعار والحجوزات في القطاع الفندقى .
- زيادة طاقة وسائل النقل الجوي الداخلى عن طريق القاهرة - الانصر - اسوان - أبو سمبل وتحسين تنظيم هذا القطاع .
- توسيع قاعدة الاقامة في القاهرة والانصر والبواخر النيلية .

لقد رفع مستوى الخدمات وبوجه خاص في فنادق القطاع العام عن طريق التدريب المركز ورفع المرتبات .

١ ج ) التحضير لتنمية مناطق سياحية جديدة وبوجه خاص المنيا والفردقة وسيرة . ولذلك يجب اتخاذ التدابير الآتية في الأمد القصير :

— إقامة مكتب للتنمية السياحية في كل من المنيا والفردقة وكذلك تأسيس فريق ثلاثي لبدء فتح سيرة للأغراض السياحية .

— أعداد مشروع تخطيط تفصيلي لفكرة « نيل اوتيل » في المنيا وفكرة « نادي النشاطات البحرية » Nautica Club في الفردقة ، وفكرة « المخيم » Tent Camp لسيرة مؤسسة على الأفكار الواردة في الخطة الجزء الثالث الخاص بفكرة التنمية Development Concept .

— بدء أعمال الحفر والترميم في بني حسن وتل العمارنة وهيرموبوليس ماجنا وفي سيرة .

— أعمال حماية البيئة والمجاري المائية والمناظر الطبيعية في كافة مناطق التنمية السياحية .

— تنفيذ برنامج متكامل لتشجيع السياحة الداخلية وقطاعات الترويج المحلي والبدء في وضع أفكار وتصورات التنمية .

## ٢ - الأجل المتوسط ( ١٩٨١ - ١٩٨٥ ) :

ورأت الخطة القومية للسياحة أنه في هذه المرحلة الثانية يجب التركيز على استقرار الأنماط التقليدية للسياحة ، وتعميق تنمية المناطق السياحية الجديدة في المنيا والفردقة مع تخطيط وتنفيذ التنمية الجزئية لمناطق أخرى مثل إبيدوس وادفو ورأس الحكمة . ويجب تعاون القطاعين العام والخاص من أجل تحقيق التدابير الآتية :

— تنفيذ التدابير التي بدأ تحضيرها في المرحلة السابقة مثل فتح مواقع حضارية جديدة وإنشاء المتاحف واستحداث نظم المعلومات .

— تحسين وتوسيع الشعارات اللصيقة بالقاهرة ( كالقلب النابض للعالم العربي ) بالأقصر ( مركز الفن الفرعوني ) وبأسوان ( الراحة الباسمة في مصر العليا مع الترويج واللباقة البدنية والترفيهية ) وبالإسكندرية ( مدينة المؤتمرات والإجازات ومركز القطاع الرابع ) .

— اتمام واقتناح النيل اوتيل في المنيا ونادي الرياضات البحرية في الفردقة وتنمية مناطق جديدة مستقلة والتوسع في عرض الفخامات السياحية في الواحات .

— تخطيط وتنمية جزئية لمناطق جديدة في إبيدوس ( نيل اوتيل ) ورأس الحكمة ( مشروع سياحي دولي رائد ) .

— تجديد وتوسيع مناطق السياحة الداخلية ( مثل رأس البر وجمصة ورشيد ومرسى مطروح وكذلك مناطق الترويح الداخلية في القاهرة ) .

— إنشاء وفتح فندق تجارى فى كل من بور سعيد والسويس .

٣ - الأجل الطويل ١٩٨٦ - ١٩٩٠ :

فى هذه المرحلة الأخيرة من الخطة القومية للسياحة يمكن توقع أن المناطق التقليدية المستهدفة وهى القاهرة والأقصر وأسوان والإسكندرية تكون قد بلغت درجة التشبع وأن مناطق المنيا والغردقة تكون قد تم تنميتها ودخلت مرحلة الاستقرار ، وأن منطقة رأس الحكمة ستكون فى مرحلة التنمية وتتم هذه الحقبة الزمنية اذن بما يلى :

— مجهودات تسويقية مكثفة على المستوى القومى والإقليمى .

— عنايه واعية بالمناطق التقليدية المستهدفة وتنظيم سياحى فعال وإدارة رشيدة مع صيانة دورية لكل القومات السياحية .

— توسيع مناطق المنيا وادفو والغردقة .

— تنمية رأس الحكمة لتكون مصيفا متكاملا يضم خدمات وتسهيلات صيفية وشستوية .

— تطوير بور سعيد والسويس كمراكز أعمال .

وقد تم توقيت خطة السياحة الشاملة بحيث تدخل المناطق الجديدة المستهدفة الى مجال التنمية والتطوير فى نفس الوقت الذى تصل فيه المناطق التقليدية الى مرحلة الاستقرار . فاذا بلغت المناطق الأخيرة مرحلة التشبع ، تكون المناطق الجديدة قد وصلت الى درجة تمام التنمية ، ومجموعة ثانية من المناطق الجديدة تدخل بعد ذلك مرحلة التنفيذ وهكذا .

**الطاقة الفندقية المطلوبة على ضوء ما تقدم :**

وعلى ضوء ما تقدم فقد تكفلت الخطة ببيان الطاقة المطلوبة من فنادق الأربع والخمس نجوم على الوجه الآتى :

١٩٩٠	١٩٨٥	١٩٨٠	١٩٧٦	
٢٤٨٧	٢٠٩٢	١٥٦٤	٩٨٤	إجمالى عدد الساتحين المحتملين
١٣٢٢	١١٠٣	٧٥٣	٤٤٦	عدد نزلاء الفنادق فئة أربع وخمس نجوم
				عدد لياالى الإقامة فى فنادق الأربع
٩٢٥٤	٧٧٢١	٤٥١٨	٢٦٧٦	والخمس نجوم .
٢١١٠٠	١٥٥٥٣	٨٥٦٦	٤٨٠٠	عدد الغرف المطلوبة

( المنطقة القيدية من فئة الأربع والعشرين نجوم )

المنطقة أو الأقاليم	إجمالي ١٩٧٧	النمو ٨٠/٧٦	إجمالي ١٩٨٠	النمو ٨٥/١٩٨١	إجمالي ١٩٨٥	النمو ٩٠/١٩٧٦	إجمالي ١٩٩٠
وادي النيل الأفصر	٦٥٠	٢٦٠	٩١٠	٩١٠	١٩٠٠	٦٠٠	٢٥٠٠
أسيوط	٦٠٠	٢٠٠	٨٠٠	٣٠٠	١١٠٠	٣٠٠	١٤٠٠
المنيا/إيبدوس	—	—	—	٣٠٠	٣٠٠	٥٥٠	٨٥٠
أدفسو	—	—	—	—	—	—	—
البرازخ النيلية	٣٥٠	٣٠٠	٦٥٠	٦٠٠	١٢٥٠	٦٠٠	١٨٥٠
المنيا/البحر الأحمر	٢٦٥٠	١٢٠٠	٣٨٥٠	٥٥٠	٩٤٠٠	١٢٠٠	١٠٢٠٠
المنيا/البحر الأحمر	—	١٠٠	١٠٠	٣٠٠	٤٠٠	٨٠٠	١٢٠٠
المنيا/البحر الأحمر	٥٥٠	١٢٠	٦٧٠	٣٠٠	٩٧٠	٣٠٠	١٢٧٠
الساحل الشمالي	—	—	—	٣٠٠	٣٠٠	١٢٠٠	١٥٠٠
الواحات	—	٤٠	٤٠	٤٠	٨٠	٥٠٠	٨٠
منطقة القتال	—	٨٠	٨٠	٥٠٠	٥٨٠	٥٠٠	١٠٨٠
حافة النريف الإجمالية	٤٨٠٠	٢٣٠٠	٧١٠٠	١٦٨٠	١٦٢٨٠	٦٠٥٠	٢٢٢٣٠
الحامنة المطرية وفقا للجدول السابق	٣٧٥٠	٤٨٠٠	٨٥٥٠	٧٠٠٠	١٥٥٥٠	٥٥٥٠	٢١١٠٠
عجز المساحة أو فائضها	± صفر	١٤٥٠—	٧٣٠ +	١٢٣٠ +	١٢٣٠ +	١٢٣٠ +	١٢٣٠ +

ونود ان نشير انه بمقارنة هذه الأرقام بما تحقق بالفعل يبين ما يلي :

١ - عدد الفنادق في مصر قفز من ١٢٧ فندقا من مختلف الدرجات عام ١٩٧٥ تضم ٨٩٨٠ غرفة و ١٧٢٢٩ سريرا الى ٢٠٥ فنادق من مختلف الدرجات عام ١٠٨٥ تضم ٢٦٨٠٦ غرفة وعدد ٥٢٢٢١ سريرا .

٢ - اما فنادق الخمس نجوم فيبلغ عددها ٢١ فندقا عام ١٩٨٦/٨٥ بنسبة ٦,٦٩٪ من عدد الفنادق تضم ٨٨١١ غرفة بنسبة ٣,٢٢٩٪ من عدد الغرف .

ويبلغ عدد فنادق الأربع نجوم ٢٨ فندقا بنسبة ١,٢٢٥٪ من عدد الفنادق تضم ٥٣٣٠ غرفة ١,٩٩٪ من عدد الغرف .

اي ان الفنادق من الفئتين يصل عددها عام ٨٦/٨٥ حوالى ٥٩ فندقا بنسبة ١٩,٤٪ من عدد الفنادق وتضم حوالى ٤١٤١ بنسبة ٥,٢٢٨٪ من عدد الغرف الفندقية في مصر .

٣ - ان الطاقة الفندقية للفنادق العائمة ( البواخر النيلية ) بلغت سبعين فندقا تضم ٢٨٠٩ غرف ( كابينة ) و ٥٧٦٦ سريرا عام ١٩٨٥/١٩٨٦ وقد تم اضافة عدد ٢٥ فندقا عائما الى هذا الرقم تضم ١٣١٦ غرفة (كابينة) وحوالى ٢٦٣٢ سريرا حتى آخر عام ١٩٨٦ .

٤ - مفاد ما تقدم ان الطاقة الفندقية في مصر - وفقا للخطة القومية التى وضعها الخبراء الالمان - لاتزال تحتاج الى زيادة قدرها حوالى سبعة آلاف غرفة فى مستوى الأربع والخمس نجوم بالإضافة الى ما هو مطلوب فى الدرجات الأدنى موزعة على مناطق مصر السياحية المختلفة .

ويجب ان يواكب هذه الزيادة المطلوبة تعميق وتركيز فى الجهود التسويقية حتى يمكن الإبقاء على نسبة اشغال فندقية عالية .

## ملاحظات المهمة :

وقد بينت الحفلة التوعوية "السياحة في مصر احتياجات القطاع من المعاملة على النحو الآتي

١٩٩٠	١٩٨٥	١٩٨٠	١٩٧٦	
٢٢٣٠٠	١٦٣٠٠	٧١٠٠	٤٨٨٠	طاقة الزرف الفندقية
٢٣٤٥٠	٢٦٠٨٠	١٢٠٧٠	٨٩٤٠	عدد العاملين الفندقيين
٤٠١٤٠	٢١٣٠٠	١٤٤٨٠	١٠٣٧٠	حجم المعاملة غير المباشرة
٧٢٥٩٠	٥٧٢٨٠	٢٦٥٥٠	١٩٠١٠	اجمالي المعاملة
٢١٤٠	١٦٨٠	١٣١٠	١٠٨٠٠	متوسط الدخل السنوى ( بالجنيه المصري )
١٥٧٨٢٠٠	٩٦٣٩٨٠٠	٣٤٧٨٠٠	٢٠٥٣٠٨٠٠	الدخل السنوى الاجمالي

ولا شك ان هذه الحفلة التوعوية للسياحة في مصر تحتاج الى تحديث شامل بعد مرور حوالى عشر سنوات عليها .





## ملحق

### تخطيط المركز السياحي مارينا العلمين (١)

#### من الكيلو ٩٤ - ١٠٤ من الساحل الشمالى الغربى لمصر

من أجل خلق سوق جديدة للسياحة الترفيهية في مصر رأت وزارة التعمير أن تقيم مشروعا سياحيا كبيرا هو مشروع مارينا العلمين الذى خصصت له الأراضى الواقعة شمال طريق الاسكندرية / مطروح ابتداء من العلامة الكيلو مترية ٩٤ الى العلامة الكيلو مترية ١٠٤ .

ويجرى حاليا تنفيذ المرحلة الاولى منه فيما بين الكيلو ٩٤ الى الكيلو ١٠٠ ، وقد قام بتخطيطه الاستاذ الدكتور مهندس / عبد الله عبد العزيز عطيه استاذ العمارة والتخطيط العمرانى بجامعة عين شمس .

والمتهدف ان يستقطب هذا المشروع ، الى جانب مقابله للطلب المحلى على السياحة الشاطئية ، سائحين من دول اوروبا وامريكا للاقامة لمدة يومين ضمن برنامج زيارتهم لمصر ، ويتوقف ذلك على عناصر الترويج والتسويق السياحي .

— اما بالنسبة للسائحين العرب ، فقد أكدت الإحصاءات والاستقصاءات التى تمت على عينة من السائحين العرب ان ٢٠ ٪ من العرب القادمين الى مصر على استعداد لشراء وحدات سكنية للاقامة الصيفية او استئجارها لمدة طويلة في منطقة الاسكندرية او ما يجاورها من مناطق الساحل الشمالى - وعلى ذلك فانه يمكن استقطاب نسبة كبيرة من هؤلاء السائحين للاقامة في مركز مارينا العلمين السياحي .

— وكان اختيار موقع المشروع في المنطقة المشار اليها وليد اعتبارات عديدة

(١) أخذ هذا الباب من بحث قدمه مخطط المشروع الاستاذ الدكتور / عبد الله عبد العزيز عطيه الى الندوة التى اقامتها الجمعية المصرية لغبراء السياحة العلمين بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان من السياحة الداخلية في يوم السباحة العالي ٩٧ سبتمبر ١٩٨٦ ،

ومبررات كثيرة دعت جميعها الى اختيار هذا الموقع بالذات لاقامة المركز السياحي . ومن هذه الاعتبارات والمبررات ما نوردته فيما يلى :

### خصائص المنطقة

تتفرد هذه المنطقة دون سائر المناطق من ك ٣٤ الى ك ٣٩ بتداخل المساحات المائية من البحر مع المساحات الارضية ، بحيث يمكن عن طريق تنمية هذه المساحات المائية واعدادها اعدادا فنيا سليما استعمالها واستثمارها فى الرياضات والنشاطات الترفيهية البحرية ، مما يضى على هذه المنطقة ميزة جديدة لا تتوافر فى غيرها من مناطق الساحل الشمالى الغربى وعلى الاخص المناطق الواقعة الى الشرق من ك ٩٤ .

ذلك انه يمكن عن طريق هذا المركز والميزة التى توافرت فيه بعث وتنمية لون متميز من الوان السياحة الترفيهية التى شقت طريقها بنجاح فى معظم الدول المتقدمة خلال السنوات القليلة الماضية الا وهى سياحة القوارب واليخوت والرياضات المائية وذلك لاستغلال المسطحات المائية الكبيرة المتداخلة فى هذا الموقع او تلك التى يطل عليها وذلك لخلق مقوم جديد واغراء هائل يضاف الى المقومات والمفريات السياحية القائمة فى مصر .

— ما تتمتع به هذه المنطقة من عوامل طبيعية مثل صفاء مياه البحر ونقاء الرمال والهدوء ونظافة البيئة من اى نوع من انواع التلوث .

— وقوع منطقة المشروع على المحور الرئيسى الذى يربط بين مدينتى الاسكندرية ومطروح وقربها ايضا من خط السكة الحديد ، الأمر الذى يجعل انوصول اليها سهلا ميسرا ، هذا بالإضافة الى قربها من مطار الاسكندرية الدولى الجديد .

— قرب منطقة المشروع من منطقة العلمين ، حيث مقابر حلفاء الحرب العالمية الثانية ذات الجذب لنوعية خاصة من السياحة التى يمكن ان ترتبط بالنشاط السياحي بمنطقة المشروع خاصة وان منطقة القابر والمعظم الألمانية والإيطالية لا يوجد بها أية تسهيلات سياحية او فندقية تفى بالبقاء فى هذه المنطقة الفريدة لمدة اطول من المدة اللازمة لزيارة المقابر والمعظم المشار اليها .

— توفير الانشطة المتميزة والخدمات المتنوعة بمنطقة المشروع بالمستوى والحوافز المادية والمعنوية اللازمة لجذب الكثير من السياح المصريين وغيرهم الى الاصطياف بهذا المركز ( بدلا من ا تجاه الى السياحة الخارجية التى تعاطفت نسبتها فى الآونة الأخيرة ) مما يعود بالنفع الكبير على المنطقة بصفة خاصة وعلى الاقتصاد الوطنى على وجه العموم .

— ايجاد منطقة سياحية كبيرة يمكن ان تعتبر بمثابة النواة التي تستقطب الكثير من المشروعات المماثلة والعديد من الأنشطة التي تخدم السياحة في هذا المركز ، وكذلك ايجاد فرص العمل الكثيرة سواء داخل المركز او في الأنشطة التي سوف تتوالد حوله ، وعلى الاخص بالنسبة للصناعات الحرفية التقليدية والصناعات اليدوية الصغيرة والصناعات البيئية وغيرها من الصناعات التي لا تتطلب الا رؤوس اموال صغيرة النهوض بها .

— توفير المركز السياحي المناسب والملائم لراغبي السياحة والاصطياف من غير اعضاء الجمعيات التعاونية الذين يملكون الأراضي الكائنة على الساحل من كم ٣٤ الى كم ٩٢ر٥ ، وذلك بتمكين هؤلاء من شراء وحدات الاسكان السياحي التي سيتم اقامتها في المركز او الإقامة في الفندق والموتيلات والمخيمات التي سوف تنشأ فيه لخدمة الزوار اليوميين وغيرهم من السائحين المصريين او الاجانب من غير اعضاء الجمعيات التعاونية المشار اليهم .

— تحقيق ما اشارت به المخططات المختلفة التي اجريت للساحل الشمالى الغربى في خصوص توفير الوحدات السكنية التي يحتاجها قطاع السياحة على شاطئ البحر المتوسط والتي تم تقديرها الهيكل للمنطقة بعدد ٤٠٠ وحدة سكنية سوريا بالإضافة الى طاقة فندقية قدرها ١٥٠ حجرة سنويا وذلك اعتبارا من عام ١٩٨٠ .

وليس من شك في ان الوحدات التي سوف يتم انشاؤها في هذا المركز تنفيذا لبرنامج التنمية ستساعد الى حد بعيد في توفير الوحدات السكنية التي يمكن ان تساهم في توفير الإقامة المناسبة والملائمة لجموع السائحين الراغبين في الاصطياف وقضاء العطلات على الساحل المذكور .

— كذلك مقومات وامكانيات المشروع الغنى بالأنشطة السياحية والترفيهية والرياضية وما ينفرد به من طابع معمارى وعمرانى مميز يؤهله ليكون مركز الجذب الرئيسى للسياحة الشاطئية في مصر .

● ولقد كانت الفكرة الاساسية من وراء انشاء هذا المشروع تستهدف بالدرجة الاولى قيام تنمية سياحية متكاملة على اسس علمية وعملية عصرية تأخذ في حسابها انواع التخطيطية والمعمارية وانماط الادارة السياحية السليمة واساليب التسويق السياحي التي يجب ان تعالج بكل موضوعية وبعد نظر وان يدعم ذلك بحملات ترويج صادقة وهادفة تؤكد للسياح الثقة والارتياح والانسجام عند ارتيادهم لهذا المركز وما يجدونه فيه من واقع مفعى ومعاملة طيبة تحبب الى نفوسهم البقاء اطول مدة ممكنة في هذا المركز وتنمى فيهم الحنين دائما الى العودة اليه .

وعلى ذلك فإن هذا المشروع قصد به ان يكون مشروعا سياحيا متكاملًا يأخذ مساره الصحيح إلى الاستغلال والاستثمار من خلال رؤية واضحة وتوجيه سليم في مراحل التخطيط والتصميم والتنفيذ والإدارة والتشغيل والصيانة والتسويق والترويج والتشطيط .

#### ٥ - الفكرة التخطيطية لمركز مارينا العلمين السياحي :

تفرض طبيعة الموقع الفني بمسطحاته المائية والكتبان الرملية الشاطئية والهضبة الممتدة بطول حوالي ١٠ كم والمنحدره ناحية البحر والبحيرات فكرة تخطيط الموقع وتنميته ليكون مركزا سياحيا متنوع الانشطة الداخلية والانشطة الخارجية وخاصة الانشطة الرياضية البحرية وسياحة اليخوت الى جانب استغلال منطقة منه بإنشاء مزرعة سمكية ذات طبيعة سياحية وخلق مناطق تشجير وأخرى حدائقية وترفيهية .

#### وتتلخص فكرة المخطط العام ( المرحلة الأولى ) فيما يلي :

١ - إنشاء منطقتين سكنيتين سياحيتين أحدها حول البحيرة الكبيرة فيما بين الكيلو ١٧ر٥ والكيلو ١٠٠ (مركز ٢) والأخرى حول البحيرة الصغيرة فيما بين الكيلو ٩٥ والكيلو ٩٧ (مركز ١) بالإضافة الى منطقة شاطئية تطل مباشرة على البحر فيما بين كم ٩٤ وكم ٩٥ وهى منطقة تقسيم لفيلات خاصة . ويعتبر المركزان الأول والثانى مرحلة أولى من مراحل تنمية المنطقة فيما بين كم ٩٤ والكيلو ١٠٤ أى حتى العلمين ، وتضم المرحلة الثانية المركز الثالث فيما بين الكيلو ١٠٠ حتى الكيلو ١٠٢ والمركز الرابع فيما بين كم ١٠٢ ، كم ١٠٤ .

٢ - أن يكون لكل منطقة طابع ونسيج عمرانى خاص فبينما تتميز المنطقة الأولى بتركيز المباني حول البحيرة وميناء اليخوت بها وحول الانشطة الفندقية فى نسيج متكامل كوحدة واحدة فإن المنطقة الأخرى تتميز بامتداد مبانيها على طول الهضبة على شكل خلايا صغيرة تضم كل خلية نوعيات مختلفة من الاسكان السياحي وتستوعب ٨٠ - ١٠٠ وحدة سكنية سياحية .

٣ - فيما بين المنطقتين الأولى والثانية بمنطقة فاصلة متروكة على طبيعتها ولا تضم الاستعمالات محدودة هى مطار هليكوبتر بينما تربط شبكات الطرق بين المنطقتين لسهولة الانتقال بينها ولتتمتع السائحون بالانشطة المختلفة بالمنطقتين وبمناظر الطبيعة المتنوعة بالموقع ككل .

#### ٤ ب - الاستفادة من تنوع الطبيعة وتعدد عناصرها :

فالمنطقة الشاطئية لساحل البحر التى تمتد بها منطقة الكسبان الرملية ويصل ارتفاعها الى ١١ر٦٨ مترا فوق سطح البحر عند الكيلو ٩٤ تنحدر ناحية

ساحل البحر شمالا كما تنحدر ناحية الغرب الى ان يصل منسوبها الى حوالى ١٢ متر عند الكيلو ٩٨ امام البحيرة الكبيرة .

ويتراوح عمق المنطقة الشاطئية لساحل البحر بين ٢٠٠ م و ٧٥ م وقد استغلت المناطق المتدرجة الانحدار بها والمطلّة على البحر لانشاء الفيلات والكبائن الشاطئية مع ترك المناطق المنبسطة والمتسعة منها كشاطيء رملى وعلى ان تترك الكبائن الرملية شديدة الانحدار على طبيعتها مع تثبيتها بالشجيرات .

— المنطقة خلف الكبائن الرملية الساحلية : وهى منطقة منخفضة تبدأ بعرض حوالى ٢٠٠ م عند الكيلو ٩٤ وتوسع الى ان تصل الى حوالى ٤٠٠ م عند الكيلو ٩٧ أى عند أول البحيرة الكبيرة وتضم هذه المنطقة بحيرتين رئيسيتين الأولى عند الكيلو ٩٦ والثانية عند الكيلو ٩٧ — اما البحيرة فتتمد من الكيلو ٩٧ الى الكيلو ١٠١ . ان استغلال وتنمية المنطقة المنخفضة فيما بين الهضبة الجنوبية للموقع وبين منطقة الكبائن الرملية الشاطئية فيما بين البحيرتين الصغيرتين وعلى امتدادها يمين اويسارا كم منطقة خضراء ومفتوحة تحتوى على عناصر ترويحية وملاعب رياضية تجعل منها منطقة جذابة بصرية ووظيفية .

وقد قسمت هذه المنطقة الى اربعة استعمالات رئيسية هى :

- ١ — المنطقة فيما بين كم ٩٤ وكم ٩٦ وتضم منطقة تشجير حول التخفض الذى يلزم ردمه واعداده كم منطقة مفتوحة للأنشطة الترفيهية الرياضية .
- ٢ — منطقة للخدمات الترفيهية والتجارية حول البحيرة عند الكيلو ٩٦ ( مركز ١ ) لخدمة منطقة الاسكان السياحى الشرقية من جانب وخدمة المنطقة الشاطئية من الجانب الآخر على ان تكون المباني من دور واحد .
- ٣ — منطقة المزارع السمكية ذات الطبيعة السياحية فيما بين الكيلو ٩٦ والكيلو ٩٧ ومن المقترح ان تشمل ايضا البحيرة عند الكيلو ٩٧ .
- ٤ — منطقة الرياضات البحرية وميناء اليخوت بالبحيرة الكبيرة والتى تضم حولها خدمات منطقة الاسكان السياحى الغربية والفندق والموتيلات ( مركز ٢ ) .

المنطقة الجنوبية المرتفعة جنوب الموقع : وهذه المنطقة هى الهضبة الرئيسية المخصصة فى التخطيط لاقامة الاسكان السياحى — وتتحصر فيما بين طريق الاسكندرية مطروح وبين المنطقة المنخفضة التى تضم البحيرات . وهذا الجزء المحصور يتسع ويضيق مع تداخل البحيرات فتتنوع معه المساحات والانحدارات مما كان له تأثير على التخطيط وتصميم وتوزيع وطرق وتجميع الاسكان السياحى وكذلك على فكرة انشاء مناطق متميزة .

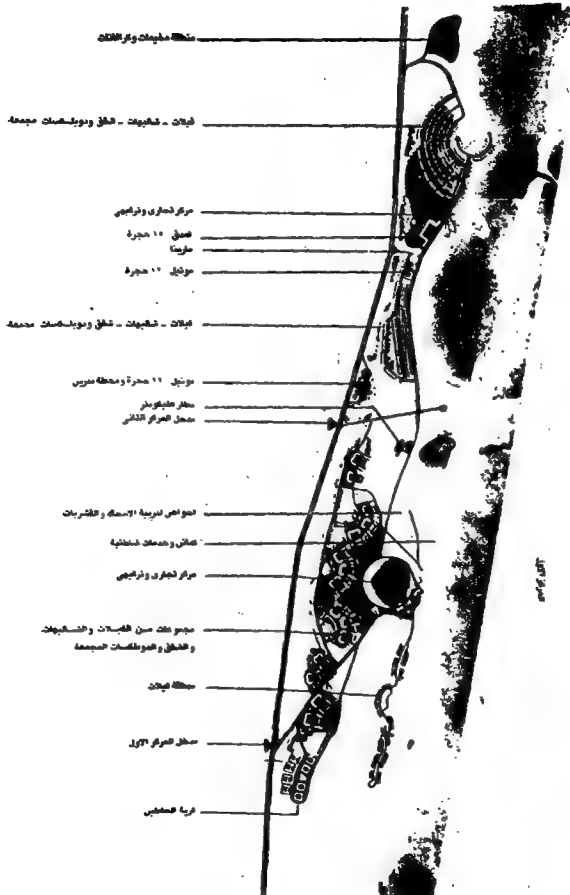
- البرنامج المتكامل لمركز مارينا العلمين السياحي فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٤ :
- تصنيف الموقع ( الوضع القائم قبل التهيئة )

يبلغ اجمالى مسطح المركز السياحي لمارينا العلمين الذى يمتد فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٤ حوالى ١٢٠٣ هكتار اى حوالى ٢٨٦٥٤٢ فداناً منها ٦٦٠ هكتار اى حوالى ١٥٧٢٥٩ فدان ( فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٠ ) ( وهى المرحلة الاولى الجارى تنفيذها حالياً ) و ٥٤٣ هكتار اى حوالى ١٢٩٢٨٣ فدان ( فيما بين كم ١٠٠ ، وكم ١٠٤ ) . وهى المرحلة الثانية .



صيف المقيم ( ارضياتنا قبل التسمية )

كم ١٠٠-١٤ كم			كم ١٠٠-١٤ كم			كم ١٤-١٠٠ كم			
نفسدان	مكسار	*	نفسدان	مكسار	*	نفسدان	مكسار	*	
٧٦١٠	٢١٧٨٥	٩١٥٠	٧٥٠٠	٣١٥٠٠	٩١٠	١٤٢٨٥	٦٠٠٠	١٤٢٨٥	المنطقة الشاطئية للبحر ( شاطيء )
٤٦٠٠	١١٤٧٢	٤٨١٨	٧٥٧	٣١٨	٦٨٠	١٠٧١٤	٤٥٠٠	٤٥٠٠	منطقة شاطئية صالحة للتميز
٠٠٠١	٣٥٧	١٥٠	-	-	٠٢٠	٣٥٧	١٥٠	١٥٠	شاطئ عديدة الانحدار
٢١٥٩	٦١٨٧٣	٢٥٩٨٧	٢٠٦٠	٢٦٦٣٥	١١٦٨٧	٢٢٤٠	٣٥٢٣٨	١٤٨٠٠	البحيرات الطبيعية
٢٨٦٥	٨١٦٨٩	٣٤٣١٠	٣٤٦٤	٤٤٧٨٥	١٨٨١٠	٢٣٥٠	٣١٩٠٤	١٥٥٠٠	الناطق المنخفضة ليليلة
٣٣٧٨	٩٧٠٩	٤٠٦٦٠	٣٤٦٨	٤٤٦٩٠	١٨٥١٠	٢٣٥٠	٥٢٨١٩	١٢٦٠٠	الارض صالحة للتميز ( البقيضة )
٤٢٨	١٢٥٣٨	٥٢٧٥	٤٦٨	٥٤٦١	٢٢٥٥	٥٢٨	٧١٤٢	٣٠٠٠	حسم الطريق
٨١٠٠	٢٨٦٥٤٢	١٢٠٣٥٠	٨١٠٠	١٢٦٢٨٣	٥٤٣٠٠	٨١٠٠	١٥٧٢٩	٦٦٠٥٠	اجناسي



منطقة مخيمات وكرات

البلدات - شاليهات - شاطئ وميناءات مجمعة

مركز شعري وترابي

البلدات ١٥

منازل

منازل ١٦

البلدات - شاليهات - شاطئ وميناءات مجمعة

منازل ١٦

منازل

منازل

البلدات - شاليهات - شاطئ وميناءات مجمعة

البلدات - شاليهات - شاطئ وميناءات مجمعة

مركز شعري وترابي

منازل ١٦

منازل

منطقة

منازل

منطقة



استعمالات الأثرية (كم ١٤ - كم ١٠٤)

الاستعمالات	البراطنة الأولى كم ١٤ - كم ١٠٠		البراطنة الثانية كم ١٠٠ - كم ١٠٤		البراطنة الثالثة كم ١٠٤ - كم ١٠٨	
	هكتار	%	هكتار	%	هكتار	%
ناطحة الحجر	١٠٠٠	١٤٦,٥	١٠٠	١٤٦,٥	١٠٠	١٤٦,٥
نباطة الحجر	١٧٠٠	٤٠,٤٧	٢٥٧	٤٠,٤٧	٢٥٧	٤٠,٤٧
الحجر	١٤٨٠٠	٣٥٦,٣٨	٢٦٤٠	٣٥٦,٣٨	٢٦٤٠	٣٥٦,٣٨
سرك الاسفالك	١٦٠٠	٢٦,١٩	١٦٥	٢٦,١٩	١٦٥	٢٦,١٩
حرم طريق الاسكندرية / مطبخ	٣٠٠٠	٧١,٤٢	٤٠٠	٧١,٤٢	٤٠٠	٧١,٤٢
التبوير	٥٦٥٠	١٢,٥٠	٨٠٠	١٢,٥٠	٨٠٠	١٢,٥٠
ناطق عامة غفيرة / موتيرة (منازل ومباني)	٦٠٠٠	١٤٦,٥	١٠٠	١٤٦,٥	١٠٠	١٤٦,٥
ناطق عمير واثبات الكلان غداة قسانق منازل - ملاعب - الخ	٢٨٦٠٠	٦٧١,٤٤	٤٦٦٨	٦٧١,٤٤	٤٦٦٨	٦٧١,٤٤
اجناس	٦٦٠٠	١٥٧,٢٥	١٠٠	١٥٧,٢٥	١٠٠	١٥٧,٢٥

مزارع استعمالات الأراضي بولايات مناطق المملكة للتمهيد والاستثمار

الاستعمالات	البريدية الأولى كم ١٠٠ - ١٠٤		البريدية الثانية كم ١٠٠ - ١٠٤		البريدية الثالثة كم ١٠٠ - ١٠٤		إجمالي
	هكتار	م	هكتار	م	هكتار	م	
إكس	١٥٦,٠٠٠	٣٧١,٤٤	٥٥,٧٠	٢٢٦,٢٩	٥٠,٠٠	٢٥١,٧١	٥٣,١٣
م	١٤,٠٠	٣٣,٣٣	٥,٠٠	٢٦,١٧	٥,٠٠	٢٣,٣٥	٤,١٥
م	١٦,٠٠	١٠٠,٠٠	١٤,٥٠	٩,٣٥	٢٠,٠٠	٧٩,٩٠	١٩,٩٤
م	١٠,٠٠	٢٣,٨٠	٣,٥٠	٢٦,٢٧	٥,٠٠	١٩,٣٥	٤,١٠
طرق واتصالات	١٠,٠٠	١٤٦,٨٥	٢١,٣٠	٣٧,٩١	٢٠,٠٠	٩٧,٩٠	٢٠,٧٨
إجمالي	٢٨٦,٠٠	١٧١,٩٠	٨١,٠٠	٤٥١,٩٩	٤٧١,٥٠	١٠١٩,٩٩	٨١,٠٠

اجما لى المرحلتين

المرحلة الثانية

برنامیج وسطیات الامکان البیاحی  
المرحلة الارسی

الاسكان	١٠٤ - كم			١٠٠ كم			١٠٤ - كم			الاسكان
	المساحة المتراوية	الوحدات	المساحه المتراوية	المساحة المتراوية	الوحدات	المساحه المتراوية	المساحة المتراوية	الوحدات	المساحه المتراوية	
١- شقق ودوريات مجمعة في عمارات	١٠	١١	١٣	١٠	١١	١٣	١٠	١١	١٣	
	٢٢	٢١	٢٤	٢٢	٢١	٢٤	٢٢	٢١	٢٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
٢- فيلات	٢٢	٢١	٢٤	٢٢	٢١	٢٤	٢٢	٢١	٢٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
٣- مساكن	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
٤- مساكن	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
٥- مساكن	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	
	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	٤٤	



## الخدمات

أما في خصوص الخدمات فقد تمت تغطية المشروع بكافة انواع الخدمات في جميع مراكزه ، وذلك على النحو الذى نوجزه فيما يلى :

### ● الخدمات المركبة :

الخدمات الادارية :	ادارة المركز السياحى الامن المطافئ الاسعاف خفر السواحل البريد والبرق والهاتف المخازن ورش صيانة
الخدمات الترفيهية :	سينما مكشوفة مسرح مكشوف ملهى ليلي وكازينو كافيتريات ناد اجتماعى
الخدمات الدينية :	مسجد
الخدمات الصحية :	عيادة شاملة جماز يوم وسونا
الخدمات التجارية :	سوبرماركت مخبز آلى حلوانى منتجات البان حمازة

فراوجي  
 خضير وفواكه  
 اسمالكا  
 .. مأكولات شعبية  
 صيدلية  
 خردوات  
 صالون حلالة للرجال  
 كوافير للسيدات  
 بازار ( تحف وهدايا )  
 مكتبة وجرائد ومجلات  
 سجائر وحلويات  
 أدوات رياضية  
 معارض متنوعة  
 زهور  
 غسيل ومكوى وتنظيف  
 ثلاجة  
 مكاتب سياحة وسفرات  
 سوق حرة  
 مطعم شرقي  
 مطاعم غربية متعددة  
 مطعم أسماك ومشروبات  
 بنوك فرعية  
 مطار هليكوپتر  
 محطة خدمة سيارات  
 وحدات خلع ملابس  
 وحدات اسعاف وانتاذ  
 وحدات تأجير شماسي  
 وحدات مراقبة شواطئ  
 بوفيهات

الخدمات السياحية :

الخدمات المصرفية :

خدمات النقل والمواصلات :

الخدمات الشاطئية :

خدمات منطقة الخيمات :

مبنى استقبال وإدارة

وحدة خلع ملابس وادشاش

بازار وهدايا

سجائر وخردوات

كافيتريا

( موزعة على المجموعات السكنية بالمركز )

إدارة

أمن

اسعاف

بريد وبرق وهاتف

كافيتريا

مطعم

صالة متعددة الأغراض

عيادة

بقالة

خضر وفواكه

جزارة

فراجي

خردوات وسجائر

ماكولات شعبية

مكوجي

الخدمات الفرعية :

خدمات إدارية :

خدمات ترفيهية :

خدمات صحية :

خدمات تجارية :

● خدمات العاملين بالمركز السياحي :

خدمات صحية :

خدمات اجتماعية :

خدمات تجارية :

عيادة

حضانة

ناد اجتماعي

جمعية استهلاكية

مستودع بوتالجاز

## شبكات الطرق والمرافق العامة :

وفي خصوص المرافق فقد تم تزويد المشروع بجميع شبكات المرافق على النحو الآتي بيانه :

### برنامج المرافق :

وتشمل شبكة الطرق الرئيسية والفرعية وأماكن انتظار السيارات ومقاطعات مع طريق اسكندرية مطروح .

### شبكة مياه الشرب والإطفاء :

وتشمل مصدر التغذية بالمياه والشبكة بأقطارها المختلفة ومواقع الخزانات وكذلك مصدر مياه الإطفاء والشبكة بأقطارها المختلفة .

### شبكة الري والعرف :

وتشمل مصدر مياه الري وشبكة ري المساحات الخضراء والتشجير بأقطارها المختلفة .

**شبكة الصرف الصحي :** وتشمل شبكة : الصرف الصحي بأقطارها المختلفة وميولها المطابق وطلباته الرفع وشبكة مياه الأمطار .

**شبكة الكهرباء :** وتشمل الكابلات بأنواعها وخطوط نقل الضغط العالي والمحولات .

**شبكة الاتصالات :** وتشمل شبكة التليفونات والنداء وإرسال التليفزيون .

**شبكة الغاز الطبيعي :** وتشمل خطوط التوصيل والتوزيع والمصدر .

## اجمالي عدد المتفعين بالمركز السياحي ونصيب الفرد من الشواطئ

اجمالي الزائرين المقيمين :

الاسكان السياحي  $6272 \times 5 = 3136$  فردا

الاسكان الفندقى  $390 \times 2 = 780$

32140 فردا

اجمالي الزائرين غير المقيمين

للتمتع بالأنشطة المتوفرة بالموقع

بواقع 1 لفرد/م طولى شواطئ =  $15000$  فرد .

اجمالي كلى =  $47140$

أى حوالى 5000 سائح ومصطاف



وبذلك يكون نصيب الفرد على الشواطئ في حالة التزود القصى =

$$\text{اجمالى مسطح الشواطئ} = \frac{٢٢٨٥٠٠٠}{٥٠٠٠} = ٤٥٦ \text{ م}^2$$

وفي حالة اشغال ٨٠ ٪ من اجمالى المتنفعين

$$\text{يكون نصيب الفرد} = \frac{١٢٨٥٠٠٠}{٤٠٠٠} = ٣٢١ \text{ م}^2$$

وبهذه المعدلات تكون قد حققنا المعايير والضوابط السياحية المناسبة والتي تضمن الحفاظ على المستوى السياحى المنشود في مركز مارينا العلمين الذى يعبر بحق عن أهمية البعد العمرانى في تحقيق اهداف التنمية السياحية .





# المؤلف في سطور

دكتور صلاح الدين عبد الوهاب

تخرج في كلية الحقوق جامعة القاهرة عام ١٩٥٠

عمل بالنيابة العامة والقضاء اثني عشر عاما

حصل على درجة الدكتوراه في القانون بمقارن من جامعة كورنيل بالولايات المتحدة في فبراير

١٩٦١

حصل على زمالة ما بعد الدكتوراه من نفس الجامعة

عين مديرا لمؤسسة السياحة والفنادق عام ١٩٦٣

عين رئيسا لمصلحة السياحة عام ١٩٦٤ وجع بينها وبين مؤسسة السياحة

عمل استاذاً للقانون وللسياحة بالجامعة الأردنية عامي ٦٧ / ٦٨ - ٦٨ / ٦٩

عين رئيسا لمجلس ادارة شركة فنادق شبرد سنة ١٩٦٨

اختير خبيرا بالامم المتحدة ( منظمة العمل الدولية ) بقرص عام ١٩٧١ ( فبراير )

اختير مديرا لبرامج التنمية السياحية بمركز الامم المتحدة بورتو بايطاليا عام ١٩٧١

( سبتمبر )

عين رئيسا لمجلس ادارة الشركة المصرية لتنمية السياحة عام ١٩٧٧ ومشرفا على وكالة

الوزارة للتخطيط السياحي

عين وكيل أول وزارة مستشارا لوزير التعمير ورئيسا لجهاز تنمية الساحل الشمالي عام

١٩٧٨

عين رئيسا لمجلس ادارة شركة مصر أسوان للسياحة عام ١٩٨٠ - ١٩٨٤

يعمل الآن مستشارا قانونيا وسياحيا بمكتبه وعمل مستشارا لمنظمة السياحة العالمية

أستاذ غير متفرغ بكلية السياحة والفنادق بجامعة حلوان وجامعة الاسكندرية

أستاذ زائر بجامعة جورج واشنطن بالولايات المتحدة

شارك بأبحاثه في اكثر من مائة مؤتمر سياحي قومي ودولي كما شارك في وضع الخطط السياحية

لأكثر من عشرين دولة

سافر إلى معظم بلاد العالم اكثر من مرة

له حوالي عشر مؤلفات في القانون واكثر من ستين بحثا علميا ، وحوالي عشر مؤلفات في

السياحة واكثر من ( مائة وعشرين بحثا علميا منشورة في مصر وبريطانيا وسويسرا وأسبانيا

والولايات المتحدة والبرازيل



## المؤلف والكتاب

□ د . صلاح الدين عبد الوهاب

□ يعتبر علم التخطيط السياحي من العلوم الحديثة التي تتكامل فيها علوم أخرى عديدة .

ويشمل هذا العلم تخطيط العرض السياحي بما فيه من موارد طبيعية وحضارية وبيئية واجتماعية واقتصادية ، كما تشمل مقومات صناعة السياحة ذاتها من صناعة نقل وصناعة فنادق وصناعة المطاعم والملاهي ونشاطات شركات السياحة . كما يشمل تخطيط الطلب السياحي وتمييز الدراسة بنماذج كالتخطيط السياحي الشامل والإقليمي في العالم المعاصر ومصر وفرنسا وبريطانيا

وتعزز دار الشعب باصدار هذه الدراسة اهمية برنامج الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب الذي شارك بأبحاثه في أكثر من مائة مؤتمر سياحي قومي دولي كما شارك في اعداد المخططات السياحية لأكثر من عشرين دولة وله أكثر من مائة وعشرين بحثاً علمياً منشورة في مصر وبريطانيا وسويسرا وألمانيا والولايات المتحدة . والذي شغل العديد من المناصب السياحية الهامة وعمل خبيراً بالأمم المتحدة ومديراً لبرنامج التنمية السياحية بمركز الأمم المتحدة بتورينو بإيطاليا بالإضافة إلى رئاسته للعديد من مجالس ادارات الشركات والمؤسسات السياحية ومن هنا تكمن قيمة أبحاثه ودراساته .